

Saimaan ammattikorkeakoulu  
Liiketoiminta ja kulttuuri Imatra  
Majoitus- ja ravintola-ala  
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Marjukka Pitko

## **Kylpylämatkailua Etelä-Karjalassa ennen ja nyt**

Opinnäytetyö 2013

## **Tiivistelmä**

Marjukka Pitko

Kylpylämatkailua Etelä-Karjalassa ennen ja nyt, 63 sivua

Saimaan ammattikorkeakoulu

Liiketoiminta ja kulttuuri Imatra

Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Opinnäytetyö 2013

Ohjaaja: lehtori Petra Yli - Kovero, Saimaan ammattikorkeakoulu

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, miten Etelä-Karjalan alueen kylpylämatkailun perinne näkyy tämän päivän kylpylöiden toiminnassa ja tarjonnassa. Hyödyntävätkö alueella toimivat kylpylät kylpyläperinteitä tuotekehityksessä?

Tutkin Lappeenrannan ja Rauhan kylpylöiden sekä Imatran Valtionhotellin historiaa, palvelutarjontaa ja vetovoimatekijöitä tutustumalla alan kirjallisuuteen ja kaupungin- ja Etelä-Karjalan museon arkistotietoihin. Historiaosion tarkoituksena oli kertoa, millaista kylpyläelämää on vietetty ja miksi asiakkaat ovat hakeutuneet juuri tälle alueelle? Millainen on ollut palvelutarjonta eri kohteissa eri aikoina? Painotin historiaosion tämän alueen kylpylöiden kulta – aikaan, joka ajoittui 1800 – luvun lopulle ja jatkui sieltä aina 1900 – luvun alkukymmenille.

Teoriaosuus käsittelee tuotteistamista ja kulttuuriperinnön tuotteistamisen erityispiirteitä.

Kartoitin tällä hetkellä Etelä-Karjalassa toimivien kylpylöiden palvelutarjonnan heidän omien verkkosivujen kautta joulukuun 2012 aikana. Päätelmät on tehty vertaamalla historiaosuuden tietoja nykyiseen palvelutarjontaan hyvinvointimatkailun näkökulmasta.

Vertailun tuloksena selvisi, että kylpylät hyödyntävät perinteitä ja historiaansa hyvin vähän. Aitous ja autenttisuus korostuvat alati muuttuvassa nykypäivässä, ja niiden kysyntä ja rooli kasvavat koko ajan, joten kylpyläperinteen ja historian hyödyntäminen olisi perusteltua. Se tukisi hyvinvointimatkailua, lisäisi mielenkiintoa aluetta kohtaan, monipuolistaisi tarjontaa sekä korostaisi omaleimaisuutta.

Asiasanat: kylpylämatkailu, kulttuuriperintö, tuotteistaminen

## **Abstract**

Marjukka Pitko

Spa tourism in South Karelia in the Past and Present, Pages 63

Saimaa University of Applied Sciences

Business and Culture, Imatra

Faculty of Tourism and Hospitality

Degree Programme in Hotel and Restaurant Business

Bachelor's Thesis 2013

Instructor: Ms Petra Yli-Kovero, Senior Lecturer, Saimaa UAS

The purpose of the study was to find out locally here in South Karelia the spa tourism heritage. How is the past shown in the service and availability nowadays? Are the spas using and utilizing the past and heritage in their product development work?

Data for this study were collected by studying the history, services and attraction points of the three local traditional destinations from South Karelia; The spas in Rauha and Lappeenranta and the "Castle hotel Imatra", Imatran Valtionhotelli.

The information was gathered from literature, city archives and archives of South Karelia museum. The study was limited to the time period from the end of 19<sup>th</sup> century to the beginning of 1920s. In the past in South Karelia this period was the golden time of spa tourism and travelling.

The present information about services and availability was collected in December 2012 by using spas' own websites. The conclusions were made by comparing the past and the present from the point of view of wellbeing tourism.

The theoretical part of this thesis consists of product development and heritage interpretation.

The results of the study show that the spas are using their unique history and heritage very little. Our present way of life is very dynamic with continually changing aspects. This is highlighting the role of traditional and authentic leisure time. The use of the spa heritage would be much recommended. It would support the wellbeing tourism by giving originality and diversifying the service and the availability.

Keywords: spa tourism, heritage interpretation, product development

## Sisältö

1 Johdanto .....	5
2 Opinnäytetyön tavoite, rajaukset ja menetelmä .....	7
3 Kylpylätoiminnan historiaa Etelä–Karjalassa .....	8
3.1 Lappeenrannan kylpylä .....	10
3.2 Sanatorium Rauha .....	15
3.3 Imatran Valtionhotelli .....	19
4 Kulttuuriperinnön tuotteistaminen.....	22
4.1 Kulttuuriperintö, perinne käsitteenä .....	22
4.2 Tuotteistaminen käsitteenä.....	23
4.3 Tuotteistamisen tarkoitus ja pääpiirteet .....	24
4.4 Perinne ja sen matkailullinen tuotteistaminen.....	26
4.5 Perinteen tulkitsemisen elementit.....	30
4.6 Tuotteistamisen ongelmat .....	31
4.7 Palvelujen ja tuotteiden tuotteistamisesta kilpailuetua.....	33
4.8 Hyvinvointimatkailun tuotesisältöjen selkeyttäminen .....	35
5 Etelä-Karjalaisten kylpylöiden esittely .....	37
5.1 Lappeenrannan kylpylä .....	37
5.2 Holiday Club Saimaa .....	41
5.3 Imatran kylpylä .....	45
5.4 Imatran Valtionhotelli .....	50
6 Yhteenveto.....	54
7 Oma pohdinta .....	59
Kuvat.....	62
Kuviot.....	62
Lähteet.....	63

# 1 Johdanto

Työn aihepiiri lähti ajatuksesta hyödyntää omaa työhistoriaani ja kiinnostustani alueen matkailulliseen historiaan. Olen työskennellyt kylpylöissä niin kotimaassa kuin opasvuosinani ulkomaillakin. Työni kautta olen kiinteästi seurannut alan toimijoita ja matkailun trendejä aina 1980-luvun puolivälistä tähän päivään asti.

Etelä-Karjalan alueen matkailullinen historia on merkittävä koko Suomen mittakaavassa. Rajan läheisyydellä on iso merkitys niin historiassa kuin nykypäivässäkin. Ihmisten hyvinvointiin liittyvillä tuotteilla ja palveluilla on ollut matkailullista merkitystä aina. Tämän alueen kylpylät ovat tarjonneet virkistystä ja hoivaa asiakkailleen läpi vuosisatojen.

Opinnäytetyöni tavoitteena on selvittää, miten Etelä-Karjalan alueen kylpylämatkailun perinne näkyy tämän päivän kylpylöiden toiminnassa ja tarjonnassa. Onko alueen kylpyläperinnettä hyödynnetty palvelutarjonnassa ja voisiko sillä olla tulevaisuutta matkailun saralla?

Nykyään kylpylämatkailu on osa hyvinvointimatkailua, josta on tullut viime vuosikymmeninä hyvin tärkeä taloudellisen tulon lähde matkailuelinkeinolle, ja se nähdään yhtenä tärkeänä ja kehittyvänä matkailun osa-alueena. Myös Matkailun edistämiskeskuksen (MEK) toimintastrategiassa se on painopistealueena kehitystyössä ja markkinoinnissa. Hyvinvointimatkailu on yksi matkailun verkosto-osaamiskeskuksenkin neljästä osaamisalueesta.

Viime vuosina Etelä-Karjalan alueelle on muodostunut kylpylöiden keskittymä sekä muutamia hankkeita on meneillään kohteiden lisäämiseksi. Uudet hankkeet luovat lisää kilpailua palveluntuottajien keskuudessa ja paineita selviytyä markkinoilla.

Yhä lisääntyvä venäläisten matkailu lisää yrittäjien ja asiakkaiden mielenkiintoa alueelle. Myös kotimaan- ja lähimatkailu ovat lisääntyneet. Toisaalta yleismaailmallinen taantuma vaikuttaa matkailun kehittymiseen negatiivisesti. Hyvinvointimatkailusta on tullut tasainen tulonlähde matkailun sesongeista riippumatta.

Hyvinvointimatkailun kysyntä on viime vuosina kasvanut vauhdikkaasti, ja kylpylät ovat kehittyneet monipuolisiksi hyvinvoinnin keitaiksi, joissa asiakkaiden henkistä ja fyysistä hyvää oloa tuetaan kokonaisvaltaisesti. Hyvinvointimatkailun kenttä muuttuu koko ajan haastavammaksi. Tutkimusten mukaan terveystietoisien määrä on selvässä kasvussa, joten terveyden edistämiseen ja rentoutumiseen viimeistellyssä ympäristössä keskittyvälle kylpylätarjonnalle on kysyntää. Erilaisten hoitojen ja kylpyläympäristöjen vaikutuksesta terveyteen kaivataan enemmän monialaista tutkimustietoa. Ihmisten kiinnostusta omasta terveydestä ja hyvinvoinnista huolehtimiseen ovat lisänneet julkisen rahoituksen osuuden väheneminen sosiaalikulusta, joten terveyden ja oman kunnon hoitaminen ovat jäämässä enemmän ihmisten itsensä vastuulle. Myös elintasosairauksien yleistyminen sekä kiire ovat lisänneet omaehtoista hyvinvoinnin vaalimista.

## 2 Opinnäytetyön tavoite, rajaukset ja menetelmä

Kokonaisuutena opinnäytetyöni tavoitteena on selvittää, miten Etelä-Karjalan alueen kylpylämatkailun perinne näkyy tämän päivän kylpylöiden toiminnassa ja tarjonnassa. Mitkä ovat olleet hyvinvointimatkailun vahvuustekijät historiassa ja mitä ne ovat tänä päivänä? Onko alueen kylpyläperinteellä tulevaisuutta?

Tutkin Lappeenrannan ja Rauhan kylpylöiden sekä Imatran Valtionhotellin historiaa, palvelutarjontaa ja vetovoimatekijöitä tutustumalla alan kirjallisuuteen sekä kaupungin- ja Etelä-Karjalan museon arkistotietoihin. Historiaosiossa tarkoitukseni on kertoa, millaista kylpyläelämää on vietetty ja miksi asiakkaat ovat hakeutuneet juuri tälle alueelle? Millainen on ollut palvelutarjonta eri kohteissa eri aikoina? Painotan historian ajanjakson tämän alueen kylpylöiden kulta-aikaan, joka ajoittui 1800-luvun lopulle ja jatkui sieltä aina 1900-luvun alkukymmenille.

Yhteenvedon ja päätelmät teen vertaamalla historiaosuuden tietoja nykypäivän palvelutarjoajien toimintaan hyvinvointimatkailun näkökulmasta katsottuna. Tutkittavina ovat alueella tällä hetkellä toimivat kylpylät: Lappeenrannan ja Imatran kylpylä, Rauhan alueella toimiva Holiday Club Saimaa sekä Imatran Valtionhotelli.

Kartoitan yritysten tämän hetkisen palvelutarjonnan heidän omien verkkosivujen kautta. Näin todentuu asiakkaan näkökulma. Millainen on tämän hetkinen palvelutarjonta ja vahvuustekijät? Mihin asioihin palvelun tuottajat keskittyvät ja painottavat tarjontaansa? Työni tarkoituksena on kartoittaa, hyödyntävätkö kylpylät historiaansa ja kylpyläperinteitä tuotekehityksessä.

Tuotekehityksellä on aina vaikutusta imagon nostamiseen ja brändin kehittymiseen. Tästä hyötyvät kaikki: koko matkailualue, yrittäjät ja asiakkaat. Matka on asiakkaalle aina kokonaisuus koostuen eri palveluista ja siten hyvin haasteellinen toteuttaa ja kehittää. Lopultahan on niin, että jokainen kohde ja

tuote muotoutuvat matkailijan omakohtaisen mukanaolon ja kokemuksen kautta.

Matkailutuote on myös verkostotuote, usein jopa alueellinen kokonaisuus, jossa kaikki vaikuttaa kaikkeen. Palvelukokemus ja sen laatu syntyvät vasta odotuksia ja kokemuksia vertailemalla.

Tämän opinnäytetyön teoriaosuudessa käsittelen tuotteistamista yleisesti sekä kulttuuriperinnön tuotteistamisen erityispiirteitä.

Tänä päivänä menneisyyden hyödyntäminen on suosittu trendi matkailussa. Alueen ja kohteiden historia, tapahtumat ja tarinat lisäävät aitoutta ja uskottavuutta asiakkaiden keskuudessa. Olisiko meillä opittavaa ja hyödynnettävää menneiltä aikakausilta vahvistaaksemme alueen kylpylöiden toimintaa tai tukeaksemme tulevia hankkeita? Sopivatko teemat nykypäivään? Toivon työlläni olevan kannustavan ja ajatuksia herättävän vaikutuksen alueen kylpylöiden tuotekehitykselle.

### **3 Kylpylätoiminnan historiaa Etelä–Karjalassa**

Romantiikan aikakauden matkailussa 1800-luvulla keskeisenä piirteenä oli syrjäisimmille seuduille hakeutuminen. Matkailijoiden kiinnostus kohdistui erityisesti luontoon. Haluttiin tarkkailla villiä, koskematonta luontoa, jossa ihmiskäden jälki ei näkynyt. Luontoon suhtauduttiin ihailevasti, ja villi maisema sai osakseen uudenlaisia positiivisia merkityksiä. Tavoitteena oli kokea esteettisiä tuntemuksia, ja toisena motiivina oli löytää vahvistusta nousevalle kansallisuusaatteelle. Tämä mannereurooppalainen suuntaus korosti tunteiden, herkkyyden ja yksilökohtaisen tunneilmaisun ja luonnon arvoa ihmiselämässä. Henkisen virkistäytymisen lisäksi luontoon hakeuduttiin myös terveydellisistä syistä ja harrastettiin liikuntaa.

Tähän haasteeseen Etelä–Karjalan alue pystyi vastaamaan hyvin. Suomen matkailuhistorian merkittävimpiin luontokohteisiin lukeutuivat Saimaan vesistöt sekä tietysti Imatrankoski kuohuineen.

Etelä-Karjalan alueelle suuntautunut matkailu oli vilkasta, ja yhtenä historiallisena kohokohtana voidaan pitää Katariina Suuren vierailua vuonna



1772. Tapahtuman myötä Imatran sai julkisuutta, ja koskesta kirjoitettiin enenevässä määrin matkailujulkaisuissa ja – kertomuksissa (Hirn 1981, 12, 33 - 36).

Ylistävät kirjoitukset koskesta herättivät monen matkailijan mielenkiinnon. Lisääntyvien matkustajamäärien myötä aluetta haluttiin suojella ja kehittää. Vuonna 1842 julistettiin koski ympäristöineen keisarillisella asetuksella luonnonpuistoksi.

Tuohon aikaan vierailijat eivät olleet ”tavallisia kansalaisia” vaan yläluokkaan kuuluvia matkailijoita ja eri alojen taitelijoita.

Matkustaminen Itä–Suomeen lisääntyi, koska Nikolai I rajoitti venäläisten ulkomaanmatkustamista. Rajaseutumme tarjosi Pietarin ylimystölle ja muille ulkomaalaisille helposti saavutettavan, mielenkiintoisen ja hintatasoltaan edukkaan vaihtoehdon lomailuun. Tämän lisäksi kievarilaitoksemme oli hyvässä kunnossa pohjaten jo 1700-luvulle. Kyseessä oli tietysti myös eräänlainen muotivirtaus, tosin se jatkui suhteellisen pitkään ja vakiintuneesti 1800-luvun loppupuolelle saakka. Suomesta kerrottiin maailmalla entistä paljon enemmän ja huomattavan myönteiseen sävyyn. Alueemme luontokohteet Saimaan vesistö, Punkaharju, Viipuri ja Monrepos kiinnostivat matkailijoita enenevässä määrin kulkuyhteyksien ja tunnettavuuden parantuessa. Sisävesimatkailu käynnistyi verkkaisesti 1800-luvun puolivälistä alkaen ja vilkastui rautatieyhteyksien myötä (Hirn & Markkanen 1987, 14, 40, 107, 131 - 132).

Jo 1800-luvulla viipurilaisille tarjottiin modernilta kuulostavia pakettimatkoja. Ensin matkustettiin höyrylaivalla Viipurista Juustilaan ja sieltä toisella laivalla Rättijärvelle. Loppumatka kopisteltiin hevosvaunuilla. Pietarista pakettimatkat tehtiin junalla. Mikäli junalla idästä tulevilla oli vain menolippu, junan henkilökunta valpastui oitis. Kyseessä saattoi olla neito tai nuorukainen, joka oli valmis onnetoman rakkauden tai muun epäonnen vuoksi heittäytymään epätoivoissaan Imatran koskeen (Imatran Valtionhotelli).

Pakettimatkailun järjestäjänä oli Viipurissa Imatralle perustettu Imatra Aktiebolag, jonka tarkoituksena oli Imatran matkailuolojen kehittäminen. Yhtiö rakennutti myös vanhan kosken partaalla olleen majatalon paikalle uuden goottilaistyyllisen, kaksikerroksisen hotellin, jossa oli 44 huonetta. Samainen

yhtiö rakennutti höyrylaivan, jolla kuljetettiin matkailijoita Viipurista Saimaan kanavaa pitkin Rättijärvelle ja sieltä diligensseillä Imatralle. Mainittu matkailureitti oli suosittu, esimerkiksi vuoden 1872 tilaston mukaan matkalippuja myytiin 3047 kappaletta. (Heitto 1973, 111.)

Kylpylät yleistyivät Suomessa 1800-luvulla. Kylpyläperinne nojasi Keski – Euroopan mallin mukaan parantaviin vesiin, suotuisaan ilmastoon ja ympäristöön. Kylpyläkulttuuriin liittyi pako arjesta parantavan luonnon pariin. Ihmisten luontosuhde oli romanttinen: luonnon tyyneys, rauhallisuus ja alkuvoimaisuus sekä kaikki siihen liittyvä vetosivat ihmisiin. Luonnon rinnalla ihasteltiin tekniikan saavutuksia yhtä romanttisessa hengessä. Kylpylöiden suosio oli huipussaan 1800–1900 vuosisatojen vaihteessa ja hieman myöhemmin 1920-luvulla. Luonnonkaunis Saimaa sekä istutuksilla viimeistelty Saimaan kanava olivat molemmat ihastuttavia sekä kotimaisten että muualta tulleiden matkailijoiden mielestä. Yhä useammat pääsivät nauttimaan niistä 1870-luvulta lähtien, kun matkustajalaivaliikenne lisääntyi. Matkailu keskittyi kesään, jonka kerrottiin matkailumainonnassa olevan suviöineen mahtava elämys. Kylpylät tarjosivat hoitojen ohella hyvät mahdollisuudet sosiaaliseen kanssakäymiseen. Tarjolla oli erilaisia pelejä, tanssia ja myös uhkapelimahdollisuuksia. Kylpylät olivat yläluokkaan kuuluvien matkustavaisten lomailumuoto. Matkailu oli 1900-luvun alkupuolelle vain harvojen huvia. Se edellytti varoja ja vapaa-aikaa, eikä valtaosalla ihmisistä ollut kumpaakaan. (Talka & Puntanen 2005, 183 -186.)

Etelä-Karjalan kylpylätoiminta kehittyi ajan kuvan mukaan seuraten Euroopan kylpylöiden elämää ja vallitsevia muotisuuntauksia.

### **3.1 Lappeenrannan kylpylä**

Lappeenranta sai kunnian toimia alueen ainoana kylpyläkaupunkina aina vuoteen 1913 saakka, jolloin nykyisen Rauhan alueella alettiin harjoittaa kylpylätoimintaa.

Kaikki alkoi 1800-luvun alkupuolella, jolloin varapastori Carl Gustaf Taulerus löysi Pikkalan lähteen. Lähteen vesi todettiin mineraalipitoiseksi ja ”terveyttä

edistäväksi”. Lähde sijaitsee vieläkin nykyisen 6–tien varrella, Lauritsalan kaupunginosan kohdilla, vajaat kuusi kilometriä Lappeenrannan keskustasta kaakkoon.

Tästä alkoi tätä nykyä Suomen vanhimman toimivan kylpylän tarina. Vuonna 1824 ryhdyttiin järjestämään kuljetuksia Pikkalan tervehdyttävälle lähteelle. Perimätiedon mukaan vedenjuojat ajoivat lähteelle aamuisin ja kuluttivat päivänsä vettä juomalla, pelejä pelaamalla ja virvokkeita nauttimalla.

Varsinainen ensimmäinen kylpylä, Lappeenrannan Vesiparannuslaitos aloitti toimintansa kesällä 1836, heinäkuun 1. päivä Lappeenrannassa Saimaan rannalla, nykyisessä Halkosaaressa. Rakennuttajana toimi silloinen piirilääkäri A.W. Dammert. Kylpykuurit, joista tultiin nauttimaan kesäaikaan, koostuivat keinotekoisista rikki – ja kivennäisvesikylvyistä. Pääasiallinen hoito oli Pikkalan lähteen veden nauttiminen. Kylpylöissä ja vesikuurilla toimittiin lääkärin määräysten mukaisesti. Kylpyläkuuriin kuului pidättäytyminen nautintoaineista, entistä terveellisempi ruoka sekä sovelias liikunta – kävelyretket sekä kevyt voimistelu. Seurustelu ja soveliaaksi liikunnaksi katsottu tanssi olivat olennainen ja virkistävä osa kylpyläkuuria.

Kesäkuussa v.1836 julkaistiin Helsingfors Tidningarissa ilmoitus:

*Lappeenrannan rikkipitoinen terveyslähde ja sen uusi kylpylaitos avataan yleisön käytettäväksi 1. heinäkuuta. Kihtiin, reumatismiin, peräpukamiin, luulosairauteen, hysteriaan ja moniin kroonisiin kipuihin alavatsalla, varsinkin voimakkaan elohopean käytön jälkeen, on Lappeenrannan terveysvesi osoittautunut erittäin hyvää tekeväksi.*

Halkosaaressa oli parannushuone, jossa perimätiedon mukaan oli suuri sali veden juontia varten, lääkärin vastaanottohuone ja viisi kylpyhuonetta, joissa saattoi ottaa rikki– ja kivennäisvesikylpyjä. Kylpijät tekivät myös retkiä Pikkalaan terveysvettä nauttimaan.

Kylpylätoiminta virkosi uudelleen 1870–luvulla, kun kaupungin lahdelta löydettiin kaksi uutta lähdettä, joiden vesi todettiin rikki–ja rautapitoiseksi. Vettä määrättiin juontiparannukseen kaikenlaisissa taudinkohtauksissa. Tohtori Johan Björkstén alkoi puuhata kylpylaitososakeyhtiötä: kaupunginlahdelle kohosi uusi kylpylärakennus (Kuva 1) ja viereen kasino ulkoilmaterasseineen.

Hoitomuodot olivat alkuun vaatimattomat ja kylpyläelämä painottuikin seuraelämän puolelle. Kasino oli tunnettu tarjoamistaan musiikki- ja teatteriohjelmistaan. Pietarista varta vasten hankittu musiikkisekstetti soitti torvimusiikkia aamuisin ja tanssimusiikkia iltaisin. Kesäkaudella kuuluisat taiteilijat, jotka kauttakulkumatkoillaan kävivät kylpemässä Lappeenrannassa, ”antoivat esityksiään kylpyvieraille”. Varuskunta- ja linnoituskaupunkina Lappeenranta tarjosi etenkin naispuolisille vieraille erinomaiset mahdollisuudet vilkkaaseen seuraelämään, joka olikin tunnusomaista kylpyläkesälle. Hoidoista erilaiset kylvyt alkoivat olla tärkeämpiä kuin veden juonti, ja rohkeimmat asiakkaat uivat jopa järvessä. (Mäkinen & Vuorinen 1984, 26 – 32.)

Lappeenrantaa mainostettiin seuraavasti:

*Lappeenrannan vesiparannuslaitos. Ilma erittäin raitis ja samalla kertaa lauhkea. Paitsi tavallista vesiparannusta voidaan käyttää: havukylpyjä, sairasvoimistelua, hieromista, puristettua tai ohennettua ilmaa, paikallissuihkutusta kuten viuhkasädesuihkutusta, pistosädesuihkutusta ja yläruumiin suihkutusta sekä säteellä että siivilällä* (Mäkinen & Vuorinen 1984, 27).



Kuva 1. Kylpylä 1800 – luvun lopusta/ 1900 – luvun alusta (Etelä-Karjalan Museo)

Lappeenrannan saavutettavuus Imatran ohella oli hyvä jo tuohon aikaan; Saimaan kanavahan valmistui jo vuonna 1856. Seudulla oli höyryalusyhteys Lauritsalan kautta Saimaalle. Vuonna 1876 valmistui satama kaupunginlahdelle. Rautatieyhteys Pietarista Simolaan toi matkustajia Pulpiin asti jo vuonna 1870. Rata Lappeenrannan keskustaasta valmistui vuonna 1885.

Kylpyvieraat olivat pääasiassa säätyläisiä ja ulkomaiset vieraat pääosin Pietarin alueelta. Kylpyvieraiden määrä pysytteli vuosikymmenet noin sadassa asiakkaassa ja ajoittui kesäkauteen. Asiakkaita palveli intendentti, joka välitti majapaikkoja ja huolehti kuljetuksista. Kylpylä ei lyhyen kesäsesongin takia ollut taloudellisesti kannattava, mutta sillä oli välillisesti suuri vaikutus alueelle. Kylpylävieraat toivat kaupunkiin tullessaan muita matkailijoita, rahaa, tapahtumia ja tuulahduksia suuresta maailmasta. Siitä hyötyivät niin kaupungin kauppiat ja käsityöläiset kuin ajurit ja talonmistajat, jotka vuokrasivat vieraille majoitustiloja. Kylpylävieraiden edellyttämä hienostunut palvelu taattiin palkkaamalla ravintoloihin ja hotelleihin ulkomaista, usein ruotsalaista tai saksalaista, henkilökuntaa. (Talka & Puntanen 2005, 187, 194.)

Vuonna 1885 hankki Suomen ratsuväen ja Lappeenrannan sairaalan lääkäri Max Buch kylpylän omistukseensa. Hän kehitti kylpylän hoitoja ja oli hyvin edistysellinen toimissaan. Hän kehotti kaupunkia perustamaan huvimatkaileijayhdistyksen, jonka tehtävänä olisi johtaa matkustajain virta kaupunkiin; *”Muukalaisliike se on joka tekee maan rikkaaksi”*.

*Hermotauti, säillöstys, luuvalo, syyhelmä, verenvähyys, vilutauti, keuhkokatarri paranevat parhaiten kylpemällä*, mainosti Max Buch vuonna 1887. Lisäksi hän vaati mutakylpyä tarjottavaksi asiakkaille: *Etenkin itämaalainen yleisö vaatii välttämättömästi mutakylpyä. Muta se on, joka etupäässä vetää suurta osaa yleisöstä luokseen*. (Mäkinen & Vuorinen 1984, 32.)

Hän toi julki sydänvikaisille ja ylipainoisille ihmisille tarkoitetun uuden parannustavan, joka ulkomailla oli saavuttanut yhä suuremman tärkeyden. Tämän parannustavan pääasia oli sovelias mäki- ja vuoriastunta, johon Lappeenranta vaihtelevine maastoineen oli erittäin luonteva. Saksa, Sveitsi ja Pohjois- Italia ilmoittelivat jatkuvasti maansuhdeparannuspaikoistaan ja käärivät kokoon sievoisia summia, sillä *lihavuus ja sydänvika ovat varsin tavallisia tauteja, erittäinkin lihavuus, ja tämä tauti ilmestyy yksinomaisesti varakkaissa ihmisissä*. (Mäkinen & Vuorinen 1984, 32 - 33.)

Vuonna 1885 ja 1891 sai Lappeenranta erityistä huomiota osakseen maailman lehdistössä, sillä itse keisari Aleksanteri III vieraili paikkakunnalla katsastamassa Suomen ja Venäjän yhteisen harjoituksen, leirikokouksen, joka

järjestettiin joka kolmas kesä. Kylpylän kävijämäärät nousivat, ja tilat kävivät ahtaaksi. Leirikesinä upseerit toivat oman sävöyksen kylpyläkaupungin seuralämään, sotilaat vilkastuttivat kaupunkikuvaa, manööverit kävivät hyvin kesäteatterista, sotilassoitto kaikui jatkuvasti puistossa, ja iltahartaudesta tuli suosittu iltakävelyjen kohde. Järjestettiin näyttäviä juhannusjuhlia kilpasoutuineen ja ilotulituksineen. (Mäkinen & Vuorinen 1984, 84 - 87.)

Monien vaiheiden ja omistajien kautta rakentui nykyinen kylpylä paikoilleen arkkitehti Gustaf Strengellin suunnittelemana vuonna 1912 (Kuva 2). Tyyliiltään se on jälkijugendia. Rakennusta laajennettiin heti perään vuonna 1915, jolloin valmistui savi- ja mutaosasto.



Kuva 2. Lappeenrannan kylpylä valmistuttuaan vuonna 1912 (Etelä-Karjalan museo)

Vuonna 1913 valmistui viereen nykyinen ravintola Kasino. Se on arkkitehti Eino Forsmanin suunnittelema ja edustaa myös jälkijugendia.

Tuolloin myös kylpyläelämä koostui enemmän seuralämän hoitamisesta oman terveyden vaalimisen ohella. Kasinolla järjestettiin paljon hyväntekeväisyysjuhlia, ohjelmallisia illanviettoja sekä ooppera- ja balettiesityksiä. Kylpylävieraat ajelivat parivaljakoissa ja komeissa asuissaan pitkin kaupunkia, juomavesi heille tuotiin Wiesbadenista ja keittiöhenkilökunta Pietarista. Venäläinen keittotaito oli korkeatasoista. Kun muualla syötiin laskiaisena hernekeittoa, Lappeenrannassa herkuteltiin blineillä. Kaikesta kulinarismista huolimatta oli myös tarjolla ravintoparannusta. (Talka & Puntanen 2005, 189 - 190.)

Edelleen kävijät olivat ylemmän luokan kylpyvieraita. Heistä huolehtivat yllilääkäri, useat kylvettäjät ja ylihieroijat. Tarjolla oli kokokylpyjä, puolikylpyjä, istuinkylpyjä, käsikylpyjä, jalkakylpyjä ja muita paikallisia kylpymuotoja, tavallisia suihkuja, valeluja ja kääreitä Kneippin mukaan, höyrykaappia ja tärpättihöyrykaappia, saippuahierontaa, paikallista kuumailmakäsittelyä, vierzellen – kylpyjä, sähkökokokylpyjä, ozokenhappokylpyjä, männynhavu– ja muita aromaattisia kylpyjä, ja suolakylpyjä kuten kreutsnacher, achenerkylpyjä, radiumemanationikylpyjä amsterdamilaisen Allgemeine Radium Ahtiengesellschaftin valmisteista. (Mäkinen & Vuorinen 1984, 51.)

Lappeenrannassa kylpylätoimintaa jatkettiin, vaikkakin siellä oltiin isojen muutosten ja vaikeuksien edessä itärajan sulkeutumisen jälkeen.

Lappeenrannan kaupunki lunasti 1917 kylpylän varoineen ja velkoineen ja turvasi toiminnan jatkuvuuden. Vain muutaman emigrantin jäädessä muistuttamaan menneen ajan yläluokkaisesta huvielämästä oli sopeuduttava kylpyvieraiden sosiaalirakenteen muutokseen. Kesänviettoon tulivat jatkossa myös keskiluokkaiset virkamiehet ja liikemiehet, jotka totuttautuivat entisiin yläluokan ja herrasväen terveydenvaalinta– ja huvittelumuotoihin. (Herranen, Räsänen, Räsänen & Toivanen 1989, 453 – 458.)

### **3.2 Sanatorium Rauha**

Menestyksekkäästi Imatran Valtionhotellia johtanut Gustaf Alm perusti Rauhan alueelle hotellin vuonna 1894 ja lähti näin kilpailemaan Imatran alueen matkailijoista. Muutamien omistajavaihdosten kautta vuonna 1913 ostivat venäläiset Gabrilovitzin veljekset hotellin ja alkoivat harjoittaa kylpylätoimintaa nimellä Sanatorium Rauha. Heillä oli aikaisemmin ollut kylpylä Mustan meren rannalla.

Matkailu Länsi-Euroopasta tyrehtyi 1914 alkaneen sodan takia, mutta Pietarista riitti vielä varakkaita vieraita. Veljekset johtivat toimintaa menestyksekkäästi.

Oheista mainoslehtistä (Kuva 3) jaettiin venäjänkielisenä Pietarin alueella ensimmäisen maailmansodan aikaan.

# Parantola "Rauha"

(Koko vuoden avoinna).

Suomen suurin, kauniilla ja terveellisellä paikalla Saimaan rannalla. 6 km. Imatran asemalta. Hyvin kalustetut huoneet, kylmä ja lämminvesijohtoinen. Sähkövalo. Keskuslämmitys. Suuret vieras- ja seurusteluhuoneet: musiikkihuone, kirjasto, biliardi, talvipuutarha j. n. e. Täydellinen kylpylaitos. Kaikkea lajeja lääkekylpyjä. Sähkökabinetti. Röntgen, d'Arsonwal, Ultra-violetti- säteitä j. n. e. Voimistelua ja hierontaa. Makuuhalli. Suuri puisto. Kaunis ranta uintia varten. Kaikenlaista urheilua. Tennis. Autobiili, Moottori- ja soutuveneitä.

Parantola soveltuu toipumiseen vaikeammista taudeista yl. heikkoutta, hermos- tunteita, reumatismia, ainevaihtotauteja, sydäntautia, arteriosclerosia, kroonillisia munuais- ja mahatauteja, asthma, henkitorvikatarreja j. n. e.

Mielenvikaisia, kaatuvatautisia tai tuberkuloosia ja muita tarttuvia tauteja sairastavia ei missään tapauksessa oteta vastaan.

Hinta ..... mk:sta ..... mk:aan hengeltä päivässä.

Posti- ja sähkösanomaosote: Imatra, Rauha.

Kuva 3. Parantola Rauhan mainos (Heitto 1973, 114)

Asiakkaiden palvelu kehitettiin erittäin korkeatasoiseksi, joten ei ihme, että Pietarin säätyläiset kävivät siellä "hermojaan lepuuttamassa". Huippupalvelu toi mukanaan myös huippuhinnat, joten lähinnä vain ylhäisöllä oli varaa lomailuun. Mutta pietarilaiset eivät olleet ainoita asiakkaita, sillä vieraita ennen I maailmansotaa kävi Puolasta, Saksasta ja jopa Amerikasta. Myös varakkaat suomalaiset ottivat paikan omakseen. Sodan myötä jäljelle jäivät venäläiset ja suomalaiset asiakkaat. Rauhan sanatorium oli enemmän kilpailija Imatran Valtionhotellille kuin Lappeenrannan kylpylaitokselle.





Kuva 4. Väritetty postikortti Sanatorium Rauhasta 1900-luvun alkuvuosilta (Rauhan historia)

Rauhan menestyksen takana olivat sen sijainti kauniilla, mäntymetsäisellä paikalla Saimaan rannassa, joka omasi ”tieteen viimeisten saavutusten mukaiset laitteet”: sähkö – vesi parantola voimistelusaleineen, ultraviolettilaitteet, röntgenhuone, tohtori Arsonyolin sähkövirta, erikoiskoulutuksen saanut mies– ja naishenkilökunta antamassa hierontaa ja sairasvoimistelua. Rauhaa markkinoitiin ”itsensä luonnon määräämänä paikkana lepoa, voimien palautusta, ja tervehtymistä varten”. Parantolaa pidettiin sopivana paikkana (Kuva 4) toipilaille, väsyneille, ruokahaluttomille ja ”vähäverisille”.

Ilmakylpyjä varten eteläsivulle oli rakennettu suuret makuuhallit. Järven ranta oli hienohiekkainen, puhdas ja loivasti veteen laskeutuva uimaranta. Siellä oli uimala ja pukukopit, hyvä paikka ilma– ja aurinkokylpyihin.

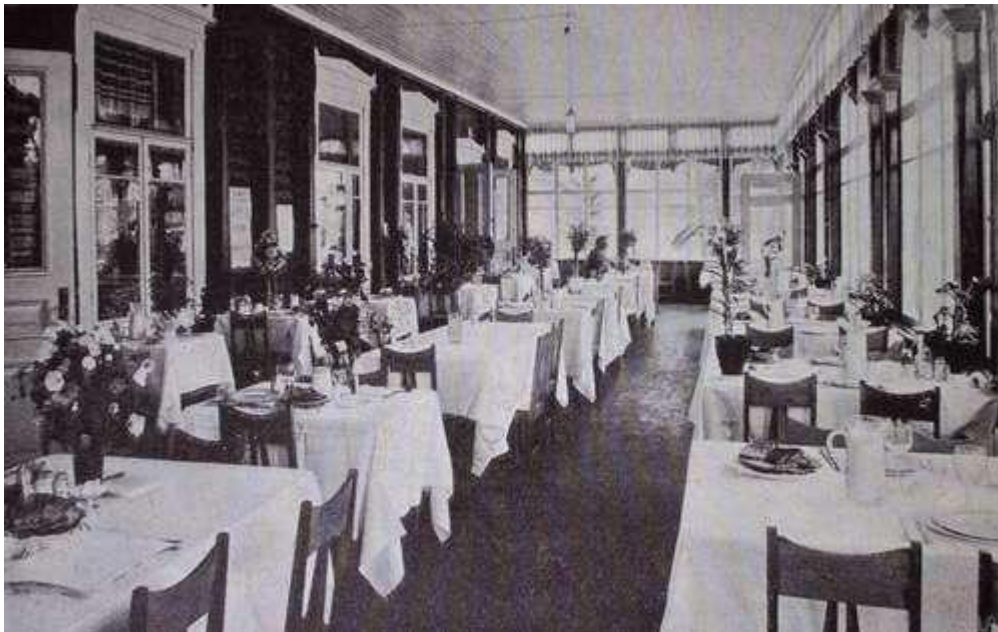
Rauha tarjosi erinomaiset mahdollisuudet urheilulle. Kesällä harrastettiin leikkejä ulkona, krokettia, tennistä, ajeltiin automobiililla, vuokralla oli soutu- ja moottoriveneitä sekä tarjolla oli kalastusta jne. Talven aikaan tarjottiin mahdollisuus mm. mäenlaskuun, hiihtoon, luisteluun ja tehtiin rekiretkiä.

Luonnonmäkinen puisto pitkin polkuineen ja lukuisine käytävineen tarjosi kauniin ympäristön kävelyretkille.

Myös nykyään alueella toimiva Holiday Club Saimaa tarjoaa yhteistyökumppaneineen monipuoliset liikunta- ja harrastusmahdollisuudet asiakkailleen.

Sanatorion asukkaiden käytössä oli yhteinen vierassali, lukusali, biljardi ja soittovälineitä. Ravintolan lasiverannannasta on säilynyt valokuva (Kuva 5).

Ruoan monipuolisuudessa ja valmistuksessa kiinnitettiin erityistä huomiota vahvistavan ravinnon vaikutukseen. Sairauden laadusta riippuen oli mahdollista saada sekä dieettistä että vegetaarista ruokaa. Keittiön ruokatarvikkeet olivat lääkärin valvonnassa. Laitoksessa oli kaksi lääkäriä, ylilääkärinä toimi tohtori D. L. Gabrilovitz.



Kuva 5. Sanatorium Rauhan ravintolan lasiveranta sisältä (Rauhan historia)

Laitoksessa asuvilla oli täysi ylöspito, johon kuuluivat: asunto, aamupala (tee, kaakao, kahvi, hunaja, maito, kaurapuuro, tuore vehnäleipä, voi), aamiainen klo 12.00, joka käsitti kolme ruokalajia ja kahvin, iltapäivän tee klo 15.00 (leipä, maito, keksejä), päivällinen klo 18.00, johon kuului neljä ruokalajia ja kahvi, iltatee klo 21.00 (leipä, maito, keksejä). Laitoksessa toimi myös sähköistetty pesula.

Venäjän vallankumous 1917 lopetti venäläisten turistien vierailut Suomen puolelle, mutta kylpyläelämä jatkui niin Rauhasa kuin Lappeenrannassa suhteellisen vilkkaana. Rauhan Sanatorium paloi vuonna 1923, eivätkä veljekset enää alkaneet kunnostaa parantolaansa, vaan myivät sen Viipurin piirimielisairaalan tarpeisiin alkuvuodesta 1924. (Heitto 1973, 113 - 115, 117.)

### **3.3 Imatran Valtionhotelli**

Vaikkakin Imatran Valtionhotelli on muuttunut kylpyläpalveluja tarjoavaksi hotelliksi vasta vuonna 2009, se ansaitsee historiansa kerrottavaksi tässä osiossa. Kohde on kulttuuri-, rakennus- ja matkailuhistoriallisesti Suomen tärkeimpiä. Imatran Valtionhotelli on eräs Suomen varhaisimmista turistihotelleista ja edustaa merkittävällä tavalla rakennustyyliä, jota ei enää ole nähtävissä muualla Suomessa.

Imatra oli 1800-luvun lopulla Suomen suosituin matkailukohde johtuen kosken vetovoimasta. Suurin matkailijavirta tuli ennen Suomen itsenäistymistä ja vielä sen jälkeenkin Venäjältä. Keisarillinen Pietarin ylimystö, korkeat diplomaatit, upseerit ja suuret taiteilijat viihtyivät Imatralla, mutta olivat vaativia asiakkaita. Tämä pisti paikkakunnan ihmiset rakentamaan ensin majataloja ja kestikievereita ja sitten täyshoitoloita sekä hotelleja.

Suomen ensimmäinen "matkailuhotelli" valmistui nykyisen Valtionhotellin paikalle vuonna 1846. Tuolloin sitä kutsuttiin hollituvaksi. Enintään viiden hengen majoitustilat olivat vaatimattomat, kaksi huonetta ja ruokasali. Ikkunoista avautui kuitenkin hieno näköala suoraan koskelle. Hollituvan tilalle valmistui 1871 sveitsiläistyylinen puutalo, oikea hotelli. Vierashuoneita oli 44, ja ruokailijoita saliin mahtui sata.

Vanha puuhotelli sai viereensä 1893 puurakenteisen Hotel Cascaden, jonka vihkiäisissä olivat läsnä suomalaiset eturivin kansallisromantikot Albert Edelfelt, Akseli Gallen-Kallela, Louis Sparre ja Juhani Aho. Hienostohotelliin tuli vieraita Pietarista, Helsingistä ja Viipurista. Paikkakuntalaisista ainoastaan apteekkari ja

nimismies saivat kunnian vierailla hotellin vihkiäisissä. Jo seuraavana vuonna uusi hotelli paloi. Myös viereinen vanha puuhotelli paloi vuonna 1901.

Imatralla kaivattiin kovasti uutta hotellia matkailijamäärien noustessa, ja vuonna 1902 Suomen senaatti käynnisti uuden hankkeen hotellin rakentamiseksi. Luonnoksen hotelliksi laati arkkitehti Usko Nyström, ja 1903 nousi paikalle uljas jugendlinna, jota voi tänäkin päivänä ihailla rakennus- ja kulttuurihistoriallisena monumenttina (Kuva 6).



Kuva 6. Imatran Valtionhotelli valmistuttuaan 1903 (Imatran Valtionhotelli)

Valmistuttuaan hotellia kutsuttiin nimellä Grand Hotel Cascade, mutta se suomentui pikaisesti Imatran Valtionhotelliksi. Valtionhotellin ensimmäinen isäntä oli pietarilainen Petter Müller. Hotelli tarjosi tasokasta majoitusta ulkomaalaisille matkustajille, mutta tavallisilla kaupunkilaisilla ei ollut hotelliin asiaa. Varustetasoon kuului yksilölliset huoneet, keskuslämmitys, juokseva vesi sekä omalla generaattorilla toimiva sähkövalaistus.



Kuva 7. Imatran Valtionhotellin Linnasali (Imatran Valtiohotelli)

Vuosisadan alun tyyliin sisustettu ravintola Linnasali (Kuva 7) on ollut monien pitojen paikka. Sinne on helppo kuvitella aikanaan Imatralla viihtyneet venäläiset säveltäjämasterit Tsaikovskin, Skrjabinin sekä Stravinskin. He hämmentyivät kosken voimasta ja inspiroituivat siitä luomistyöhön. Venäläisen kirjailijan Anton Tsehovin näyttelijävaimo Olga Knipper-Tsehova kirjoitti miehelleen Imatralta kirjeen maaliskuussa 1901:

*Sää oli ihmeellinen. Aurinko, lämpö ja ilman puhtaus sanoin kuvaamaton. Hotellissa oli vain meidän seurueemme. Kuljeskeltiin, ihailtiin kesytöntä Imatraa sähkövalossa – fantastista, karmivaa ja kaunista. Rannalle saattoi jäädä tuntikausiksi – siitä ei saanut silmiään irti. Kylmä siinä kuitenkin tuli pitkään istuessa. Kunnollisuuden, puhtaan, työteliään, rauhallisen ja hyvin järjestetyn elämän tuntu on Suomessa hirveän mukavaa, mutta kansasta puuttuu viehätys. (Imatran Valtionhotelli.)*

Valtionhotellin valmistuttua alkoi Imatralla todellinen kulta-aika valtavan turistivirran muodossa, ja tätä jatkui aina ensimmäiseen maailmansotaan saakka. Varsinkin Pietarin yläluokka käytti Valtiohotellia virkistyspaikkanaan, ja keisarillisen suvun jäseniä vieraili hotellissa usein. Muistona näistä vierailuista on hotellissa vieläkin ”keisarikabinetti”.

Kansalaissota katkaisi matkustajavirran vuonna 1918, ja Valtionhotelli muutettiin sotasairaalaksi. Uuden loiston kauden Valtionhotelli koki maailmansotien välisenä aikana, kun myös kotimainen matkailu alkoi voimistua. Hyvin alkanut nousu päättyi kuitenkin toiseen maailmansotaan, ja hotelli otettiin sotilaskäyttöön. Talvisodassa se toimi Kannaksen armeijan esikuntana ja jatkosodassa päämajan sotilashallinto-osastona. Kellarissa sijaitsi Imatran ilmapuolustuskeskus. Rakennus kärsi sodissa melkoisia pommitus- ja tykistötulivaurioita.

Vuonna 1942 hotelli siirtyi Oy Yhtyneet Ravintolat Ab:n omistukseen, ja se avattiin juhannuksena 1945 arkkitehti Ervin suunnitelmien mukaan korjattuna ja uusittuna. (Heitto 1973, 112.)

Imatran Valtionhotellille 1970-luku oli loistokausi. Juhlia oli reippaasti, ruletti pyöri, ja viinaan tuhlattiin rahaa. Svetogorskin rakennustyömaa toi vipinää Imatran yöelämään, jonka itseoikeutettu keskus oli Valtionhotelli. Vuonna 1982 Oy Alko Ab osti hotellin ja restauroi sen entiseen asuunsa Alkon 50-vuotisjuhlien kunniaksi. Entisöity hotelli avattiin syksyllä 1987. (Imatran Valtionhotelli.)

## **4 Kulttuuriperinnön tuotteistaminen**

### **4.1 Kulttuuriperintö, perinne käsitteenä**

Käsite kulttuuriperintö sisältää aikaisempien aikojen aineellisen ja henkisen materiaalin. Henkistä perintöä ovat suulliset perinnöt kuten kieli, esittävä taide, sosiaaliset tavat, uskomukset, rituaalit ja juhlat sekä luontoon ja kädentaitoihin liittyvät valmiudet. Aineellista perintöä ovat taas fyysiset kulttuurimuistomerkit kuten paikat, rakennukset sekä esineet ja tavarat. (Käsite kulttuuriperintö.)

Suomen Kansantietouden Tutkijain Seuran kolumnissa (Anttonen) professori Pertti Anttonen (2009) pohtii perinteen käsitettä seuraavasti: käsitteellä tarkoitetaan sekä arkipuheessa että perinteentutkimuksen tieteellisessä ammattikielessä lähinnä sukupolvelta toiselle välittyvän kulttuurisen tiedon siirtymisprosessia ja niitä kulttuurisen tiedon ja osaamisen tuotteita, jotka sukupolvelta toiselle välittyvät. Perinne on tästä lähtökohdasta käsin yhtä lailla saman asian säilymistä kuin saman asian ilmentymistä uusien muotojen kautta. Jälkimmäisessä tapauksessa perinteeksi ymmärretään se ajattelutapa, diskurssi, maailmankuva, mentaliteetti tai kulttuurinen järjestelmä, joka mahdollistaa uusien muotojen syntymisen mutta joka samalla kytkee uudet muodot vanhoihin muotoihin – tai paremminkin tuottaa tulkinnallisen viitekehyksen, jossa uusi näyttäytyy vanhan jatkumona.

Yleensä perinteestä puhutaan vakiintunein osoittimin, eli se rajautuu tarkoittamaan määrättyjä pitkän ajan kuluessa ja/tai sukupolvelta toiselle välittyneitä tai sellaisiksi katsottuja ilmiöitä, tietoja, uskomuksia, osaamisen osoituksia ja muita ajattelun ja toiminnan tapoja. Tämä on tuotokeskeinen näkökulma perinteeseen. Sen mukaisesti esimerkiksi ajatus perinteen vaalimisesta ja kunnioittamisesta pitää sisällään käsityksen joistakin tietyistä sosiaalisista käytänteistä ja arvoista, joihin vaaliminen ja kunnioittaminen kohdistuvat tai joihin sen tulee kohdistua. Vaaliminen ja sen kohde ovat tällöin välittömässä tiedollisessa suhteessa toisiinsa, vaikka kysymys onkin diskursiivisesti tuotetusta yhteydestä. Perinne ilmentää tällöin historiallisen jatkuvuuden arvoa, mutta tällainen arvo saa kollektiivista vahvistusta vain silloin, kun on olemassa vaikutusvaltaisia yksimielisyyttä vakuuttavia argumentteja siitä, mitkä asiat ”kuuluvat” olla jatkuvuutta ilmentämässä. Tässä suhteessa perinne on hyvin valikoiva käsite, mikä puolestaan osoittaa, että perinne on enemmän arvo kuin sisältö – myös silloin kuin sitä määritellään matemaattisin kriteerein. Pitkän ajan kuluessa toistuvat ja/tai sukupolvelta toiselle välittyvät kulttuuriset tiedot, taidot ja ajattelutavat saavat perinteen nimen ja arvon yleisimmin silloin, kun ne koetaan säilyttämisen arvoiksi, velvoittaviksi ja ylevöittäviksi – tai täsmällisemmin sanoen, kun niistä puhutaan säilyttämisen arvoisina, velvoittavina ja ylevöittävinä. (Anttonen 2009, 2 – 4.)

## **4.2 Tuotteistaminen käsitteenä**

Tuotteistaminen on käsite, jolla on monta määritelmää. Jari Parantaisen (2008, 11) mukaan tuotteistaminen tarkoittaa työtä, jonka tuloksena asiantuntemus ja osaaminen jalostuvat myyntikelpoiseksi palvelutuotteeksi. Tuotteistamiseen kuuluu se, että myyjä yhdistelee palveluitaan ja tuotteita keskenään. Tuotteistajan tulee keskittyä siihen, että hän tavoittelee jatkuvasti uusia tapoja sitä varten, että tuotteen tai palvelun kokonaisuus erottuisi kilpailijoiden palveluista. (Parantainen 2008, 11, 47, 105 – 106.)

Culture – Finland – ohjelman (MEK) teettämän kulttuurimatkailutuotteen tuotteistamisen työkalupakin mukaan tuotteistaminen määritellään niin, että se

on idean tai valmiin tuotteen kehittämistä parhaaksi mahdolliseksi tuotteeksi. Onnistuneen tuotteistuksen tavoitteena on usein liiketoiminnallisten edellytysten parantaminen ja idean/ tuotteen laadun parantaminen. (MEKa.)

Holma (1998, 7) viittaa tekstissään näihin asioihin seuraavasti: *Palvelujen tuotteistus on laajasti ymmärrettynä organisaation, yrityksen tai työyksikön koko palvelutuotannon kehittämistä vastaamaan asiakaskunnan tarpeita ja muita vaatimuksia. Tuotteistusprosessi on parhaimmillaan myös laadun kehittämis - prosessi.*

Hyvin tuotteistettu tuote tai palvelu on helppo ostaa. Asiakkaalle on tuotava tarkasti esille hyöty, jotta hän osaa valita helpommin. Myyjän on osattava kertoa asiakkaalle palvelun hyödyistä ja helpottaa sen ostamista. Selkeät eroavaisuudet kilpailijan palveluihin tuovat palvelua paremmin esille asiakkaan silmissä. Asiakkaalle on tärkeää, että hänelle luvataan jotakin, mitä muut eivät ole tarjonneet. Tuotteesta tai palvelusta on tuotava esille se, kenelle palvelu on tarkoitettu ja minkä asiakkaan ongelman palvelu ratkaisee. Ostajalle on hyvä tarjota mahdollisuus kokeilla palvelua. Asiakas ostaa vain tuotteita, joita hän haluaa ja tarvitsee. Yksi tuotteistamisen syy on se, että asiakkailla saattaa olla tarpeita, joita kukaan ei ole vielä ymmärtänyt täyttää. Ihmiset huomaavat usein tarvitsevänsä jotakin tuotetta sitten, kun siihen on riittävästi tarjontaa. (Parantainen 2008, 29, 38 – 41.)

#### **4.3 Tuotteistamisen tarkoitus ja pääpiirteet**

Tuotteistaminen alkaa kartoittamalla uusia tuotteita tai palvelumahdollisuuksia. Ideat saattavat tulla esille itsestään tai etsintöjen avulla. Uuden tuotteen tai palvelun kehittäminen tai vanhan uudistaminen voi liittyä esimerkiksi tuotteistajan keksintöön, hänen havaitsemaansa puutteeseen markkinoilla tai hänen osaamiseensa.

Kun tehdään tuotepäätöksiä, sitoudutaan tietyn tuotteen tai ryhmän valmistukseen sekä markkinoimiseen. Tuotteistaminen tai tuotteen valmistus ei tapahdu hetkessä, joten siihen on varattava aikaa ja resursseja. Pääasia on

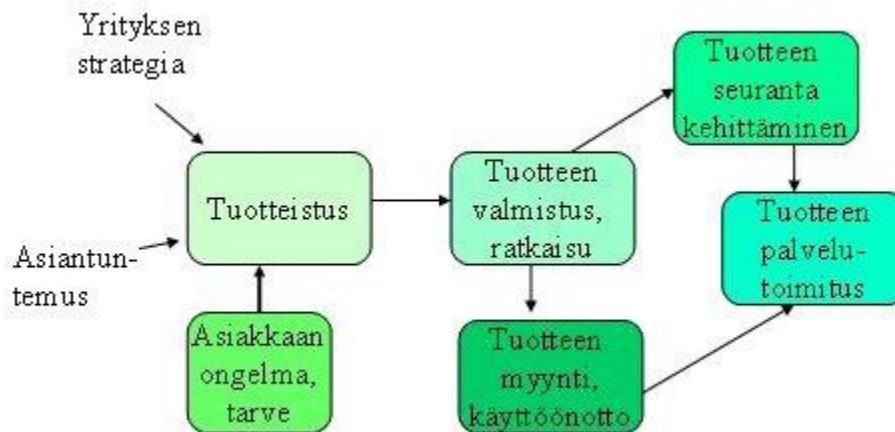


muistaa, että asiakas ei osta tuotetta vaan ratkaisua ongelmaansa. Tuotteistajan tulee nähdä tuote tai palvelu laajempänä käsitteenä kuin vain fyysisenä tavarana tai palveluna. (Isokangas & Kinkki 2002, 201, 199 – 200.)

Perusajatuksena liike-elämässä tuotteistamiseen liittyen on se, että yhdenkään yrittäjän ei tule havitella asiakkaisiin kaikkia. Tuotteistaessa on valittava selkeä kohderyhmä, jolle tuote tai palvelu suunnataan. On huomioitava, minkä ongelman palvelu ratkaisee, millaisia hyötyjä palvelusta saa, miksi palvelu saa tuloksia aikaiseksi ja miten kilpailijoiden palvelut toimivat. Jos keksitään uusi idea, on syytä selvittää, miksi ei kukaan ole sitä aikaisemmin keksinyt. (Parantainen 2008, 19, 135.)

Tuotteistamalla voidaan räätälöidä asiakkaalle palveluja, jolloin se mahdollisimman hyvin palvelee asiakkaan tarpeita. Se palvelee myös palveluntuottajaa, koska siinä kehitetään työmenetelmiä ja työprosessia. Tämä mahdollistaa kannattavaan räätälöintiin, jolloin tuotetta voidaan tehdä kannattavammin ja tarvittaessa nopeammin. Räätälöinnin voi nähdä myös palvelutuotteen rajaamisena, jolloin se selkeyttää palvelun tarjoajan rajoja palvelutyössä. (Sipilä 1999, 17, 70.)

Tuotekehitysprosessi kerää tietoa, jonka avulla tuote saadaan vastaamaan mahdollisimman tarkasti asiakkaan tarpeita. Epäonnistumisen riski uuden tuotteen tuomisessa markkinoille pienenee, kun se on tarkasti ennakkoon suunniteltu. Tuotteistamisen avulla saadaan realistinen kuva tuotteen hinta/laatusuhteesta. Tuotteen muodostamisessa on huomioitava yksiselitteisyys, vertailukelpoisuus ja asiakaslähtöisyys. Sen muodostamisperusteita (Kuvio 1) ovat palvelun tarkoitus ja kohderyhmä, laajuus, vaativuus, toteutustapa ja palveluntarve. Tuotteistamisen perusajatus on uuden tuotteen tai palvelun kehittäminen ja sen tuominen markkinoille. Tavoitteena on kilpailukykyinen tuote. (Kajaanin ammattikorkeakoulu 2011.)



Kuvio 1. Työkalupakki, tuotteistaminen (Kajaanin ammattikorkeakoulu 2011)

Parantainen (2008) korostaa, että tuotteistajan tulisi prosessien lisäksi pohtia, miten palvelu olisi hyvä nimetä, hinnoitella, markkinoida, paketoita, konkretisoida, jaella ja monistaa. Lisäksi hän määrittelee palveluiden tuotteistuksen työksi, jonka tuloksena osaaminen ja asiantuntemus jalostuu myynti-, markkinointi-, ja toimituskelpoiseksi palveluksi. Tuotteistamisen tarkoituksena on muodostaa palveluista selkeä kokonaisuus, jota niin halutessaan voidaan myydä tai kopioida.

Tuotteistamisen keskeinen lähtökohta on kehitettävien palvelujen soveltuminen yrityksen strategiaan. Strategiassa pitäisi määritellä ainakin yrityksen arvojen, toiminnan keskeisten teemojen ja asiasisältöjen kaltaisia asioita, jotka ohjaavat yrityksen linjauksia tuotetasolla. Jos matkailuyrityksen strategiassa mainitaan painopistealueen olevan esimerkiksi hyvinvointimatkailu, tulisi tämän näkyä yrityksen tuotteistetuissa palveluissa sekä markkinoinnissa ja yrityksen julkisuuskuvassa.

#### 4.4 Perinne ja sen matkailullinen tuotteistaminen

Perinne (heritage) viittaa yleensä historiaan ja menneisyyteen. Nämä kolme aikaan liittyvää käsitettä sekoittuvat monesti arkisessa kielenkäytössä. Perinne viittaa yleensä johonkin sellaiseen luonnon tai kulttuurin arvoon, joka on säilynyt tai tietoisesti säilytetty menneisyydestä nykyisyyteen ja joka halutaan säilyttää myös tulevaisuudessa. Fyysistä perinnettä edustavat mm. menneisyyteen

liittyvät esineet, rakennukset, paikat ja maisemat. Transsendentaaliin perinteeseen taas kuuluvat menneisyyteen viittaavat merkitykset, muistot, asenteet ja kuvitelmat. Perinne ammentaa voimansa menneisyydestä, mutta se ei ole sellaisenaan historiaa. Perinteen ja historian tehtävät ovat erilaiset. Siinä missä historian tutkimus pyrkii ilman korostettua menneisyyden ihannointia ymmärtämään, mitä on tapahtunut ja miksi, niin vastaavasti perinne nostaa esille tiettyjä menneisyyden asioita ja arvoja ja juhlistaa niitä osana nykyisyyttä. (Raivo 2003, 12 – 13.)

Perinne on tulkittua, tuotettua ja tuotteistettua menneisyyttä. Matkailuteollisuudessa perinne on tuote, jossa menneisyyttä hyödynnetään tarkoituksenmukaisesti liiketoiminnallisten päämäärien saavuttamiseksi. (Graham, Ashworth & Turnbridge 2000, 2 – 4.)

Tuotteistamisprosessin kautta historiasta luodaan perinnetuotteita. Perinneresurssit koostuvat menneisyyteen viittaavista uskomuksista, myyteistä, tapahtumista, tavoista, henkilöistä, rakennuksista, paikoista ja maisemista. Oleellista perinteessä on sen valikoivuus, jota on tapahtunut myös ajan ja ihmismuistin ”luontaisen seulonnan tuloksena”. Pääasiassa valinnan ovat tehneet perinteen säilyttäjät, esiin nostajat, uudelleenrakentajat ja –luojat. (Graham et al. 2000, 143 – 144.)

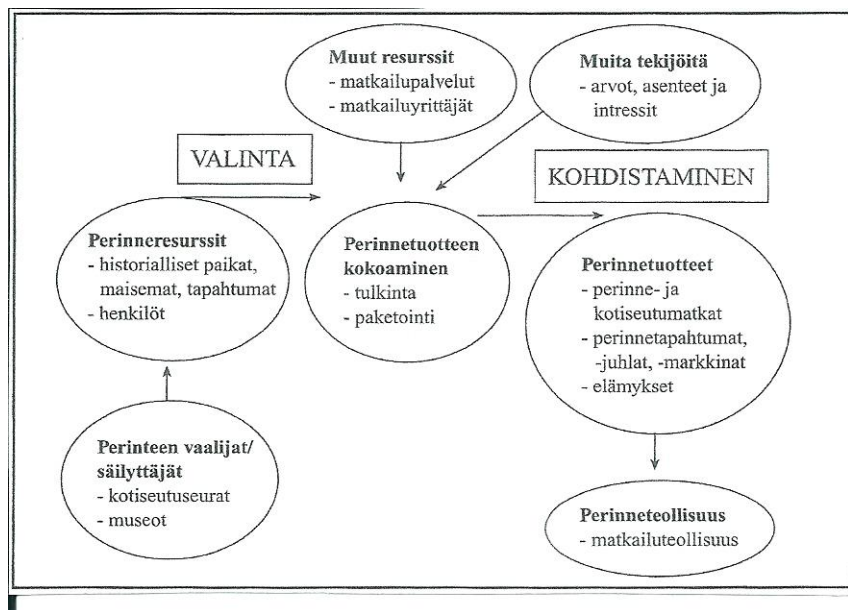
Oleellista perinteen säilyttämisessä ja esittämisessä on juuri tulkinnan valikoivuus, jossa menneisyyden arvo ja merkitys määritellään nykyisyydestä käsin. David Lowenthal (1998, 149 – 167) on puhunut perinteen tulkintaan liittyvistä 1) päivittämisen, 2) ylentämisen ja 3) poissulkemisen prosesseista, joilla hän viittaa omassa ajassamme tapahtuvaan menneisyyden määrittelyyn ja arvottamiseen. Päivittäminen tarkoittaa menneisyyden miljöiden, henkilöiden ja tapahtumien siirtämistä ja sovittamista nykyisyyteen. Erilaiset menneisyydestä ammentavat matkailutapahtumat ovat tästä hyvinä esimerkkeinä.

Ylentäminen viittaa menneisyyden asioihin ja tapahtumiin, jotka tuodaan esille, koska ne nähdään nykyisyydessämme ihailtavina ja arvostettuina. Esimerkkeinä tästä toimivat hyvin nostalgisen kiinnostuksen kohteet.

Esimerkiksi toisen maailmansodan aikaisesta ajasta on Suomessa tullut nostalgisen kiinnostuksen kohde. Varsinkin ajatus sota–ajan yksituumaisuudesta, omistautumisesta oikeaksi katsotulle asialle ja uhrautumisesta yhteisön puolesta nähdään nykyisin ihailtavana, mutta kadotettuna menneen maailman hyveenä – siis sota–ajan perinteenä.

Poissulkeminen taas pyrkii unohtamaan asiat, tapahtumat ja ilmiöt, jotka tuntuvat omana aikanamme hävettäviltä ja kiusallisilta. Sota–ajastammekin haluamme muistaa ja juhlistaa vain tiettyjä nykyisin hyväksytyjä ja valikoituja asioita. Valikoitu muistaminen ja unohtaminen ovat oleellinen osa perinteen tulkintaa ja tuotteistamista. (Raivo 2003, 13.)

Resursseista luodaan tuotteita tuotteistamisprosessin avulla (Kuvio 2). Paikallista perinnettä vaalivat ja säilyttävät mm. seudun asukkaat, kotiseutuyhdistykset ja museot. Perinneresursseihin kuuluvat esimerkiksi historialliset maisemat, paikat, tapahtumat, henkilöt ja tarinat.



Kuvio 2. Tuotteistamisprosessi (Raivo 2003, 106)

Kun paikalliskulttuuria aletaan tuotteistaa matkailun käyttöön, näistä perinneresursseista täytyy valita soveltuvimmat, koska kaikkia resursseja ei voida eikä ole tarkoituksenmukaista hyödyntää. Varsinaisessa

tuotteistamisvaiheessa resursseja tulkinnetaan ja uusinnetaan, toisin sanoen paketoidaan valittuja perinneresursseja uudella tavalla vastaamaan haluttuja tarpeita. Prosessiin vaikuttavat myös kulttuuriset, poliittiset ja taloudelliset arvot, asenteet ja intressit. Jotta luodut perinnetuotteet vastaisivat tarkoitustaan, tuotteistamisvaiheessa segmentointi on välttämätöntä. Tuotteistajan täytyy olla tietoinen kohderyhmästä; kenelle ja mitä tarkoitusta varten perinnetuote luodaan. (Raivo 2003, 107.)

Katriina Petrisalo (2001) on tutkinut perinteen tuotteistamista kirjassaan *Menneisyys matkakohteena*. Hänen mukaansa perinteen tuotteistaminen tarkoittaa sen paketoimista kulutettavaan muotoon. Perinnettä käytetään usein sisältötuotannossa, jolloin se on osana paketissa, jota markkinoidaan ja myydään, tarjotaan ja välitetään kulutettavaksi. Perinnettä ei myydä sellaisenaan, vaan tuotteistamisprosessissa se muuttuu sellaiseksi, jonka avulla voidaan vastata kysyntään. Usein kysyntää on erilaiselle, eksoottiselle, vieraudessaan kiinnostavalle asialle. Tällaisia määritelmiä ei usein yhdistetä omaan kansanperinteeseemme. Kuitenkin, kun palataan menneisyyteen, palataan myös uuteen ja eksoottiseen, eikä vain tuttuun ja turvalliseen. Menneisyys edustaa erilaista, toisenlaista kulttuuria kuin kunkin ajan ihmisen oma, käsillä oleva elämä.

Perinteellä on siis edellytyksiä tulla yhä uudelleen ja uudelleen esitetyksi, eri tasoilla ja eri muodoissa. Modernissa yhteiskunnassa perinteen uudelleen esittämiseen tarjoutuu monenlaisia foorumeita museoiden, joukkoviestinten, ja viihde- ja matkailuteollisuuden vaikutuspiirissä. (Petrisalo 2001, 121.)

Perinne voi tulla uudelleen esitetyksi monella eri tasolla, joko hyvin uskollisesti sen juurta ja lähdettä noudatellen, tai sitten vain osana jotakin esitystä, lisämausteen tai sitten vain osana jotakin esitystä, lisämausteen tai lisäarvon tuojana. Esimerkiksi arkistoon taltioitu perinneaineisto voi saada uuden elämän vaikkapa kirjassa, elokuvassa tai cd-levyllä. Toisen elämän saanut perinneaines esitetään uudella tavalla, uudella näyttämöllä. Tuotteistaminen voi säilyttää perinnettä ja tehdä sitä tutuksi uusille sukupolville, silloinkin kun se ei ole enää perinteenä osa ihmisten elämää. Perinteen uuskäyttö ei kuitenkaan ole täysin

ongelmatonta, vaan siihen liittyy monia eettisiä kysymyksiä. Yksi näistä on perinteen tekijänoikeus. (Petrusalo 2001, 122 - 126.)

#### **4.5 Perinteen tulkitsemisen elementit**

Tuotteistaminen eli tuotteeksi tekeminen on prosessi, jossa perinne muokataan matkailijalle myytäväksi tuotteiksi. Jos haluamme ihmisten, vieraiden tai asiakkaiden, ymmärtävän meidän viestin tai asian ytimen ja oppivan jotain uutta, on meidän tehtävä asia koettavaksi eli tulkittava se heille. Tämä tarkoittaa sekä konkreettisten että abstraktien asioiden osoittamista ja selittämistä ihmisille. Perinteen tulkitseminen on vain yksi osa matkailutuotteen tuotteistamista. Tulkinnan tehtävänä on tehdä asiat ihmisten helpommin ymmärrettäviksi. Tulkinta pohjaa elementteihin, joista tärkeimmät ovat itse perinne, kollektiivinen muisti, paikka ja maisema sekä autenttisuus.

Perinteen tulkinta antaa uusia näkökulmia aiheeseen ja auttaa ihmisiä ymmärtämään perinteen ja perinnön arvon. Näin myös suojellaan ja vaalitaan perinnettä. Perinteen hyödyntäminen on yksi kulttuurimatkailun keskeisiä sisältöjä. Yleisesti sanottuna perinteen avulla luodaan näkökulma menneeseen; luodaan "ymmärrys" kohteen ja vierailijan välillä. Tämä yhteys on erittäin tärkeää positiivisen ja tarkoituksenmukaisen matkailuelämyksen kannalta. Näin korostetaan asiakkaan elämystä ja kokemusta, saadaan aikaan tarinoita ja mahdollistetaan uudelleen kokeminen.

Kollektiivinen muisti eli jaetut, yhteiset muistot ovat tärkeitä kun tarinoita tulkitaan kohdeyleisölle. Yksilöllä ei välttämättä ole omaa sidosta asiaan, (kulttuurinen konstruktio). Muistojen avulla uusi tieto ankkuroidaan mieliin ja siihen voidaan saavuttaa tunteen taso. Yhteisesti jaetut asiat syventävät kokemusta luomalla muistoihin sosiaalisen aspektin. Paikkojen ja maisemien merkitykset ovat erilaisia ihmisille riippuen heidän kollektiivisten muistojen eroista. Merkitystä on myös sillä, että olemassa olevan paikallisuus korostuu; miten menneisyyden asiat halutaan muistaa nykyisyyden paikoissa. Muistojen politisointia tapahtuu myös: mitä muistetaan ja miten, mitä jätetään pois, miten

muistot tuodaan nykypäivään ja miksi, mitä halutaan unohtaa ja miksi, mitä halutaan korostaa ja miksi.

Perinteen tulkitsemisessa traditiot, tiedot ja kollektiiviset muistot välittyvät paikan ja maiseman kautta. Paikka ja maisema luovat tarinoille ja tapahtumille raamit ja kontekstin. Tulkittaessa perinnettä paikan ja maiseman merkitys kiteytyy seuraaviin asioihin: Tulkinnan avulla tarinat ovat koettavissa ja ymmärrettävissä tietyissä paikoissa, konkreettinen paikka ja nähty maisema helpottavat tarinan ja sen sisältämien merkitysten ymmärtämistä ja muistamista, sekä tarinat ja perinteet selittävät paikan ja maiseman ominaispiirteitä.

Tulkinnan elementeistä absoluuttinen autenttisuus on vaikeimmin perusteltavissa ja määriteltävissä. Autenttisuus on määre, kuinka lähelle alkuperäistä joku asia pääsee. Se on myös kulttuurisidonnaista ja sosiaalista. Tästä johtuen historian tulkinnat eri aikoina ja ihmisten muuttuvat ajatukset muokkaavat tulkintaa. Tiedon puute ja asian ”värittyminen” ajan myötä ovat tyypillisiä piirteitä. Asia voi olla luotettava versio menneisyydestä nykyisyyden näkökulmasta katsottuna, mutta myös silloin se on avoin tulkinnoille ja tulkinnat vaihtuvat eri aikoina. Myös paikat ja maisemat kokevat yleensä muutosta ajan myötä: manipulointia ja suojelua. Kaikesta huolimatta autenttisena pidetään paikkoja, henkilöitä, tapahtumia ja tarinoita silloin, kun asia esitetään niin hyvin kuin se nykytiedolla ja käytettävissä olevilla resursseilla voidaan vain tehdä. Asiaa tukevat virallinen määrittely sekä se, että asian tyyli ja tekniikka ovat sellaiset, että kyseisen aikakauden ihminen tunnistaisi sen oikeaksi.(Tonder 2012.)

#### **4.6 Tuotteistamisen ongelmat**

Jos asiakaskunta tuntuu laajalta ja epäselvältä, palvelu on todennäköisesti tuotteistettu huonosti. Useimmiten ajatellaan, että mitä enemmän tarjontaa, sen parempi. Asiakkaalle voi olla haastavampaa tehdä päätös tuotteesta tai palvelusta, jos tarjontaa on laajalti. Jos palveluissa ei ole huomattavissa eroja, nousee hinta merkittävään rooliin. Kun asiakaan päätöstä helpottaa osoittamalla

palvelun eroavaisuudet kilpailijoiden eroavaisuuksiin, hänen on vaivattomampaa tehdä ratkaisuja. Asiakas ei saa tuntea itseään epävarmaksi tehdessään ostopäätöksiä. (Plutoni 2011.)

Olematon budjetti on yksi tuotteistamisen epäonnistumisen syy. Tuotteistamiseen tulee keskittyä ja antaa sille riittävästi aikaa. Luultavammin tuotteistaminen ei onnistu, jos sitä tehdään kaiken muun työn ohella. Tuotekehitys on pitkäaikaista työtä ja tutkimusta. Jos tuotteistamisen on tarkoitus onnistua, investoinnin on oltava kunnossa. Tuotteistaminen onnistuu, kun tuotteistaja ei piilottele asiantuntemustaan. Hyvin tuotteistettuun palveluun tai tuotteeseen liittyvästä asiantuntemuksesta on pystyttävä jakamaan muille. Kohderyhmän on pysyttävä samana, ja tuotteistajan tulee itse uskoa tuotteen hyötyihin. Hyvässä tuotteistuksessa otetaan huomioon asiakkaan tarpeet ja keskitytään ratkaisemaan asiakkaan ongelma. (Parantainen 2008, 27–28.)

Epäonnistuneiden projektien takana voivat olla puuttuvat kehitysmenetelmät tai palvelusta eivät huolehdi sellaiset ihmiset, joilla on tarvittava koulutus. Projekti voi epäonnistua, jos palvelun toimimiseksi ei ole riittävästi henkilöstöä, rahaa tai aikaa. Johtajan tulisi keskittyä tekemään muutakin kuin delegoimaan työtehtäviään muille. Myös myyjien innostus palveluihin vaikuttaa projektien onnistumiseen. Erinomainen organisaatio valmistaa myyjänsä asiakkaita ja heidän vastaväitteitään varten. Jos asiakas on epävarma tuotteen tai palvelun hyödyistä, myyjän on osattava perustella asiakkaalle palvelun hyödyt. Kun asiakas kertoo palvelun olevan kallis, hän ei mahdollisesti ole ymmärtänyt palvelun sisältämiä hyötyjä tai hänellä ei ole varaa palveluun. Myyjän on osattava ilmaista palvelun hyödyt sekä sen hinnan ja hyötyjen suhde. Aikaa jokaisella ihmisellä on saman verran. Kyse on oikeastaan siitä, mihin jokainen haluaa ajan käyttä. Potentiaaliset asiakkaat pyrkivät tekemään asioita itse, joten organisaation yksi kilpailija on asiakas itse. Vasta-argumentteja asiakkaiden väitteisiin on hyvä kehitellä etukäteen ja jakaa tietoa organisaation työntekijöiden kesken. (Parantainen 2008, 185 – 188.)

Suomessa matkailuhankkeiden toteuttamista kritisoidaan aika ajoin harrastelijamaiseksi. Toiminnassa on otettava huomioon realiteetit,



taloudellisuus ja ammattimaisuus. Kaikkia kulttuuriperinnön resursseja ei kannata eikä ole mahdollisuutta tuotteistaa. Resurssien tuotteistaminen ja markkinointi nähdään myös todellisena haasteena, koska kulttuuriväen businesslähtöistä ajattelutapaa epäillään. Yleensä paikalliskulttuurin matkailukäyttöön hyödyntäminen nähdään hyvin ongelmallisena; miten tehdä siitä kannattavaa businesta ja vielä rahastaa sillä matkailijoita? Tuotteistamisen osalta aitous ja autenttisuus ovat tärkeitä: tyyliittömään kopiointiin ei pidä sortua. Paikallinen erikoisuus ja autenttisuus ovat tavoiteltua, mutta ideoiden ja tuotteiden monistaminen tyyliittömästi ja vailla sidosta omaan paikkaansa särkee pohjimmiltaan aitouden. Paikallisuuden ja omaperäisyyden leima saattaa kadota matkailupalveluista sen myötä, kun samaa matkailupalvelua aletaan tuottaa samalla konseptilla useammassa paikassa. Kun itse matkailutuotteen arvo heikkenee monistamisen ja kopioinnin myötä, paikat matkakohteina menettävät erityislaatuista paikallisuuttaan. (Raivo 2003, 129 -130.)

#### **4.7 Palvelujen ja tuotteiden tuotteistamisesta kilpailuetua**

Liikeideassa on tarkoitus todeta asiakassegmentit, joiden tarpeita halutaan tyydyttää ja lisäksi saada selville, mitkä ovat tarpeiden tyydyttämiseen johtavat keinot. Tuote on hyödyke, jonka tarkoituksena on tyydyttää asiakkaiden tarpeet, odotukset ja mielihalut. Tuotekehityksessä tavoitellaan kokonaisuuksia asiakkaiden tarpeita varten. Ydintuotteen tai -palvelun kehittämisen lisäksi on kehitettävä tuotteen tai palvelun muita ominaisuuksia. Tuotteistamisen avulla tuotteista ja palveluista saadaan sellaisia, joita asiakas arvostaa ja pitää parempana kuin muita vastaavia tuotteita. Tuotekehitys on keksintöjen tuottamista ja jo olemassa olevien tuotteiden tai palvelujen parantelua. Tuotekehitys on ehto organisaation jatkuvuudelle. (Bergström & Leppänen 2008, 165, 174.)

Tuotekehitys on tärkeää, koska asiakkailla on muuttuvia tarpeita, asiakkaat tarvitsevat uusia ratkaisuja, ja teknologia antaa mahdollisuudet uusien ratkaisujen käyttöönottoon. Lisäksi uusilla ratkaisulla saadaan kilpailuetua ja pystytään erilaistumaan. Tuotekehityksen ongelmia ovat ideoiden ja pääoman puute, se, että ei pysytä kilpailussa mukana, markkinat ovat epäselvät sekä

kilpailijat alkavat kopioida yrityksen tuotteita ja palveluita. Tuotekehityksen vaihteita ovat ideointi ja arviointi. Muita tuotekehityksen vaihteita ovat ideoiden hankinta, niiden kehittäminen ja testaus sekä tuotteistaminen ja lanseeraus. (Bergström & Leppänen 2008, 175, 178.)

Tuotteistamisessa on olennaista selvittää, miksi ja miten joku muu menestyy markkinoilla ja miksi hänellä on selvä kilpailuetu muihin. Tärkeää ei siis vain ole niin sanotusti hoitaa työtehtävänsä kiireellä, jos voi saada aikaiseksi enemmän nopeammin ja pienemmällä vaivalla. Yrityksen menestyksen mahdollisuudet kasvavat neljällä eri tavalla. Ensimmäinen vaihtoehto on tehdä halvemmalla kuin muut alalla olevat. Toinen vaihtoehto on, että tehdään samalla hinnalla kuin kilpailijat mutta paremmin. Kolmantena vaihtoehtona on se, että ostetaan yrityksiä itsellemme, jolloin kilpailu vähenee. Viimeisenä vaihtoehtona on se, että tehdään jotain sellaista, mitä muut eivät tee tai edes pysty tekemään. (Parantainen 2008, 101 – 130.)

Kun yritys on innovoinut idean esimerkiksi muutamassa vuodessa, kilpailijat ovat selvästi heistä jäljessä. Jos kilpailijat saavat tietää uudesta innovaatiosta, heillä on kolme vaihtoehtoa. Ensimmäiseksi kilpailijat saattavat reagoida siten, että he alkavat kopioimaan innovaatiota, tosin muutaman vuoden viiveellä jolloin idean kehitellyt organisaatio on edennyt markkinoilla jo pitkälle. Toiseksi kilpailijat voivat antaa vain asian olla ja katsoa millaiselta idean kehityskaari markkinoilla näyttää. Kolmanneksi kilpailijat voivat päättää alkavansa yhteistyöhön keksinnön tehneen yrityksen kanssa ja mahdollisesti rikastuttaa molempia organisaatioita.

Ihminen on sellainen, että hän haluaa kuulua voittajiin ja sen vuoksi pyrkii heidän lähelleen. Yritys, joka kehittää ja luo jatkuvasti jotakin uutta, herättää työntekijöiden ja huipputekijöiden mielenkiintoa. Tämä antaa organisaatiosta positiivisen imagon ja pätevät työntekijät hakeutuvat yritykseen. Ihmiset usein haluavat olla työpaikassa, jossa vastataan tulevaisuuden mahdollisuuksiin. (Mäkeläinen & Solatie 2009, 20 – 21.)

Kilpailukyky on alalla kuin alalla toiminnan tärkein ehto. Kilpailu pitää sisällään suoran ja epäsuoran kilpailun. Epäsuora kilpailu tarkoittaa muualta kuin omalta toimialalta tulevaa kilpailua, muut yritykset pyrkivät tyydyttämään asiakkaan samoja tarpeita kuin oma yritys. Kun tavoitellaan kilpailuetua ja markkinoiden kasvattamista, tuotteiden ja palveluiden tuotteistaminen on avuksi. Onnistunut tuotteistaminen parantaa palvelun laatua, helpottaa markkinointia ja selkiyttää hinnoittelumenetelmiä. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 24 - 27.)

#### **4.8 Hyvinvointimatkailun tuotesisältöjen selkeyttäminen**

Markkinoinnissa ja tuotteistamisessa asiakkaiden segmentoiminen on tärkeää, mutta on myös otettava huomioon, että eri asiakasryhmät voivat käyttää samoja tuotteita tai palveluita. Markkinoinnin ydinviestien kohdentaminen ja tiivistäminen on tärkeää, jotta vältetään hyvinvointimatkailuteemaan liittyvä laveus ja sisällön moninaisuus. On tärkeää viestiä, mitä suomalainen hyvinvointiloma on ja millaisia sisältöjä ja kokemuksia se tarjoaa. Siinä MEKin aloittama strategiatyö ja sen jalkauttaminen ovat avainasemassa ja Finrelax® ja laatutyö toimivat työvälineinä. (Prizz 2012, 4 - 5, 29.)

Matkailun edistämiskeskuksen (MEKb) raportti vuodelta 2008, Suomalaisen hyvinvointimatkailun kehittämisstrategia kansainvälisillä markkinoilla 2008 - 2013, on laadittu selkeyttämään hyvinvointimatkailun tuotesisältöjä.

Raportin tarkoituksena on selkeyttää käsitettä ”suomalainen hyvinvointiloma”. Suomen matkailutarjonnan yleisiä painopisteitä ovat erilaisten kohteiden tarjoamat luontoon pohjaavat monipuoliset aktiviteetit, luonnon tarkkailu, rauhoittuminen ja hiljaisuus sekä näiden vastapainona kulttuuritarjonta ja varsinkin monipuoliset tapahtumat (MEKb).

Kylpylöiden toiminnallisia eroja jaotteleamalla saatiin aikaan suomalaisen hyvinvointiloman perustarjonta ”Finnrelax”. Sen tunnuspiirteet ovat seuraavat:

- Irtautuminen tiivistahtisesta arkirutiinista, luonnosta ja rauhasta nauttiminen, rentoutuminen, akkujen lataaminen
- Ulkoileminen, luontoon tutustuminen, suomalaiseen kulttuuriin liittyvät elämykset, hiljentymiskohteet

- Perinteiset suomalaiset saunamuodot
- Miellyttävä, esteettinen, autenttinen ympäristö
- Henkilökohtainen palvelu
- Terveellistä, mielellään paikallista ruokaa. Informaatio asiakkaalle ruoan alkuperästä ja ravintosisällöstä
- ympäristön ja kestävä kehityksen huomioiminen tarjontakokonaisuudessa
- ikääntyneen asiakaskunnan ja liikunta- yms. rajoitteisten huomioon ottaminen
- esteettinen, hoidettu ulkoinen ympäristö

Perustarjonnan lisäksi Suomessa on nähtävissä kaksi erillistä, kohdennettua asiakas – ja tarjontaryhmää: terveys – ja kuntoliikunta sekä hemmottelu.

Terveys – ja kuntoliikuntaloman tunnuspiirteet:

- Matkan päämotiivina on terveys- ja kuntoliikunnan harrastaminen
- Aktiviteetit (sauvakävely, patikointi, kävely, lumikenkäily, hiihto, uinti, avantouinti, golf jne.); Erona aktiviteettilomiin on se, että päämotiivina lomalle ei ole aktiviteettien harrastaminen, vaan oman itsensä ja kuntonsa hoitaminen
- Koulutetut, ammattitaitoiset ohjaajat, kunto- ja muut testit, personal training
- Hieronta ja muut palauttavat hoidot
- Hyvinvointiteemaan liittyvän suomalaisen teknologian hyödyntäminen ja sen käytön opastaminen

Hemmotteluloman tunnuspiirteet:

- Suomesta löytyy nykyisin useita DaySpa-kohteita ja kylpylöiden kauneudenhoito-osastoja, jotka edustavat hemmottelulomaa
- Korkeatasoinen toimintaympäristö (majoitus, allasosastot, hoito-osastot jne.)
- Erikoishuomio herkulliseen (gourmet) ruokaan
- Korkeatasoinen, henkilökohtainen palvelu korostuu
- Oheisohjelmat, kuten kulttuuri, shopping jne.
- "Passiivista" lomailua, asiakas nauttii muiden suorittamasta työstä

Jos vertaamme nykyisten kylpylöidemme tarjontaa ja MEKin raportointia, voidaan todeta, että tarjonta ja resurssit Lappeenranta – Imatra alueella ovat hyvin monipuoliset ja selkeät asiakkaan näkökulmasta tarkasteltuna.

Lappeenrannan kylpylä on selkeästi kuntoutuspalveluja tuottava ja Imatran Valtionhotelli hemmottelulomiin keskittyvä. Imatran ja Rauhan kylpylät tarjoavat Finnrelaxin mukaista hyvinvointilomaa lisättynä terveys- ja kuntoliikuntalomapalveluilla. Imatran kylpylä panostaa tämän lisäksi urheilumatkailuun.

## **5 Etelä-Karjalaisten kylpylöiden esittely**

Tässä osiossa kylpylöiden esittely on toteutettu käyttämällä yritysten omia verkkosivuja joulukuussa 2012. Verkkosivuilta poimitut kapasiteettitiedot on esitelty ensin omana osionaan kunkin yrityksen kohdalla tarkoituksena selventää yrityksen palvelujen kokonaisuus. Tämän jälkeen on esitelty verkkosivujen sisältö yrityksen oman jaottelun mukaan. Esittelyssä on käytetty osaksi suoria lainauksia verkkosivujen teksteistä, koska se kertoo parhaiten, mitä yritys itse haluaa viestittää asiakkailleen.

### **5.1 Lappeenrannan kylpylä**

Lappeenrannan kylpylä jatkaa toimintaansa tänäkin päivänä perinteikkäänä kuntoutusta harjoittavana kylpylänä. Pääsimme historiaosuudessa 1920 – luvulle. Tuolloin kylpylän vesi todettiin radioaktiiviseksi, jolloin asiakkaiden mielenkiinto heräsi taas. Sotavuosien jälkeen alkoivat kävijämäärät kohota vuosi vuodelta. Nelikymmenluvun lopulle tultaessa oli Lappeenrannan kylpylän luonne muuttunut. Siinä, missä ihmiset olivat ennen hakeneet viihdykettä kesäänsä, hakivat nyt yhä enemmän sairaat, varsinkin reumaatikot, helpotusta oloonsa. Ympärivuotinen toiminta alkoi vuonna 1974, jolloin kylpylälle valmistui oma hotellirakennus vastapäätä kylpylää, Ainonkadun toiselle puolelle. Tämä päätti yli sata vuotta kestäneen perinteen kylpylävieraiden majoittamisesta lappeenrantalaisten koteihin. Monipuoliset hoidot, ammattitaitoinen henkilöstö ja oma hotellirakennus kylpylävieraille tekivät Lappeenrannan kylpylästä kaiken kansan hoitolan. Laki veteraanikuntoutuksesta astui voimaan 1980, ja sotiemme veteraanit alkoivat saada säännöllistä kuntoutusta ja niin keskittyi kylpylänkin

toiminta sotaveteraanien kuntoutukseen. Enemmän palveluja työikäisille alettiin kehittää 90-luvulla. Saavuttaessa 2000-luvulle Kylpylän osaamisalue sekä asiakaskunta jakautuivat selkeästi kolmeen osa-alueeseen. Vahvan kuntoutusosaamisen lisäksi palveluja tarjotaan työikäisille sekä loma- ja vapaa-ajan asiakkaille. Kylpylän toiminnasta vastaa valtakunnallinen kuntoutustoimintaa harjoittava yritys, KK–Kunto Oy. Lappeenrannan vanha kylpylärakennus täytti vuonna 2012 sata vuotta. Meneillään on rakennuksen remontti ja siihen valmistuu uusia majoitustiloja. Tarkempaa tietoa uudistuvasta kylpylärakennuksesta ei ollut saatavilla verkkosivuilla.

#### Kapasiteettitiedot:

Toimintaa on kolmessa eri rakennuksessa Ainonkadun molemmin puolin: vanha kylpylärakennus ja hotelli sekä ravintola. Kylpylä sijaitsee kaupungin keskustassa kaupunginlahdella, Saimaan rannalla.

- Majoitus: Hotellissa on kaikkiaan 26 huonetta; 16 on parvekkeellista maisemahuonetta (26 m<sup>2</sup>) Saimaan ja sataman suuntaan, ja loput 10 ovat perushuoneita (19 m<sup>2</sup>). Parvekehuoneissa on mahdollisuus kahteen lisävuoteeseen ja perushuoneissa yhteen lisävuoteeseen.
- Ravintola: Kylpylällä ei ole omaa ravintolatoimintaa. Kaikki asiakkaiden ruokailut ovat tarjolla vanhan kylpylärakennuksen vieressä sijaitsevalla perinteikkäällä ravintola Kasinolla. Kasinon toiminnasta vastaa Fazer.
- Tilaisuudet ja juhlat: Hotellirakennuksessa on yksi 20 hengen kokoustila ja 16 hengen ryhmätila tapaamisiin ja juhlien järjestämiseen. Sauna - ja allasosaston yhteydessä sijaitsee talvipuutarha, jota voi varata yksityiskäyttöön. Tila soveltuu 20 hengelle. Vanhassa kylpylärakennuksessa on kylpyosasto Helmi, jota voi vuokrata yksityiskäyttöön kaikkine vesihoitoineen.
- Hoitopalvelut: Hoito-osasto sijaitsee vanhassa kylpylärakennuksessa. Tarjolla on perinteisiä kylpylähoitoja, fysikaalisia hoitoja ja hemmotteluakin.
- Työhyvinvointiklinikka: Palvelut on tarkoitettu niin työssä oleville kuin työelämäänsä palaaville. Tarkoituksena on tukea työyhteisön, yksilön tai

ryhmän työ- ja toimintakykyä vastaamaan paremmin muuttuvan työelämän vaatimuksia. Työote on voimavarakeskeinen. Moniammatillinen työryhmä koostuu ammattitaitoisesta sosiaali- ja terveydenhuoltoalan henkilöstöstä. Toiminta koostuu työyhteisön ja työn kehittamisestä, työnohjauksesta, kuntoremonttikursseista ja terveystreffeistä, teemallisten ryhmien ja kurssien toteuttamisesta sekä koulutustilaisuuksista, konsultoinnista ja luennoista. Lisäksi tehdään kuntoutusta työikäisten parissa kuntoutuskurssien, kuntoutustutkimuksen, kuntoutustarveselvityksen sekä työhönvalmennuksen muodossa. Palveluja voi käyttää ottamalla suoraan yhteyttä klinikalle tai hakeutua niihin työterveyshuollon, Kelan, vakuutusyhtiön tai työ- ja elinkeinotoimiston kautta. Klinikka järjestää myös ohjattuja liikuntaryhmiä ja kuntotestausta yksittäisille asiakkaille ja ryhmille.

- Kuntoutuspalvelut: fysioterapia, vaativa neurologinen kuntoutus, veteraanien sekä Lottien avo – ja laituskuntoutus
- Saunat ja virkistysaltaat: Yleiset saunat miehille ja naisille ovat erikseen ja höyrysauna yhteiskäytössä. Allasosastolla (Kuva 8) on kaksi uima-allasta, joista molemmissa on vastavirtalaite, ja toisessa on niska-hartiaputous. Lisäksi osastolla poreilee kaksi erillistä poreallasta. Allasosaston vieressä on talvipuutarha, jossa voi vilvoitella saunomisen ja rentoutumisen lomassa. Saunojen ja virkistysaltaiden käyttö kuuluu veloituksetta hotelli ja kuntoutusasiakkaille. Yleisövuoroja on rajoitetusti, ja ne ovat maksullisia.
- Vapaa-ajan aktiviteetit: Asiakkaille järjestetään ohjattua vapaa-ajantoimintaa viikko-ohjelman muodossa. Tarjolla on erilaisia liikuntaryhmiä niin ulkona kuin sisällä, tietoisuuksia terveydellisistä asioista, virikeryhmää, aivojumppaa, rentoutusta jne. Asiakkaita innostetaan myös omatoimiseen liikuntaan: vuokrattavana on mm. polkupyöriä, kävelysauvoja ja lumikenkiä.

Lappeenrannan Kylpylän toiminnan pääpaino on kuntoutustoiminnoissa, jotka kohdennetaan työikäisiin sekä veteraaneihin. Tällaisten palvelujen tuottaminen vaatii osaavaa kuntoutushenkilöstöä: lääkäriä, sairaanhoitajaa, sosiaalityöntekijää, erikoistuneita fysioterapeutteja, eri alojen terapeutteja jne.

Kuntoutus toteutetaan asiakkaalle yksilöllisesti moniammatillisten työryhmien toimesta.

Verkkosivuillaan Lappeenrannan kylpylä on jaotellut tuotteensa seuraavasti:

*Työhyvinvointi - Kylpylässämme toimii monipuolinen Etelä-Karjalan Työhyvinvointiklinikka. Tarjoamme laadukkaita palveluja niin työssä oleville kuin työelämäään palaaville. Tuemme työyhteisön, yksilön tai ryhmän työ- ja toimintakykyä vastaamaan paremmin muuttuvan työelämän vaatimuksia.*

*Majoitus ja lomat – Kylpylä keskellä kaupunkia. Kun haluat hoitaa terveyttäsi, hemmotella itseäsi ja nauttia hyvästä olost, tule vieraaksemme. Viehättävä ja yksilöllinen, pitkät perinteet omaava Kylpylämme sijaitsee rantabulevardilla Saimaan rannalla. Toimimme kolmessa eri rakennuksessa: hotelli, vanha kylpylä sekä ravintola. Kaikki Lappeenrannan palvelut ovat lyhyen kävelymatkan päässä. Tervetuloa hyvän olon lähteelle!*

*Kuntoutus - Kuntoutuksemme pääpaino on työikäisten kuntoutuksessa. Tuotamme palveluja, joiden avulla henkilöiden osaaminen sekä työ- ja toimintakyky saadaan vastaamaan muuttuvan työelämän vaatimuksia.*

*Veteraanikuntoutus on ominta osaamistamme, jossa Lappeenrannan Kylpylässä on pitkät ja arvostetut perinteet. Tämän asiakasryhmän hyvinvointia ja siitä huolehtimista pidämme Lappeenrannan kylpylän kunnia-asiana.*



Kuva 8. Lappeenrannan kylpylän virkistysallas (Lappeenrannan kylpylä)

Lomalaisille on tarjolla kylpylälomapaketteja: majoitus puolihoitoruokailuin. Tämän lisäksi kylpylälomaan sisältyy saunojen ja virkistysaltaiden vapaa käyttö, kuntosali sekä vapaa-ajanohjelma. Kestoltaan lomat ovat 2 -10 vuorokautta.

Hoitohinnasto on jaettu neljään osaan: hieronnat, kylvyt, kylpylähoidot ja erikoishoidot, jotka lähinnä ovat wellnesshoitoja, kuten esimerkiksi kuumakivihoito ja yrttiniyyttihoito. Erikoisuutena ovat suolahuonehoidot. Näiden



lisäksi on erillinen fysioterapiahinnasto. Hoitopäivään kuuluu sauna – ja virkistysaltaiden vapaa käyttö. Kylpyjen tarjonnassa näkyy pitkät perinteet nimistön pohjautuessa talon historiaan: Huvi-intendentin höyrystyskylpy, Salaneuvoksen salaisuus, Mamsellin hipiänhoitokylpy, Rouwaswäen hellittelykylpy. Kylvyt on jaoteltu terveyskylvyiksi, aromaattisiksi kylvyiksi ja erikoiskylvyiksi. Myös itse kylpylähoidot-tarjonta kertoo kylpylän perinteikkästä, vanhasta hoitovalikoimasta: höyrykaappi, jalkaturve, kylmäallas, käsiparafiini, ryöppysuihku.

Lappeenrannan erikoisuutena on Kylpyosasto Helmin vuokraus yksityiskäyttöön ryhmälle. Ammehoitoina ovat vesihieronta, vesimusiikkikylpy ja aromaattinen kylpy. Lisäksi on tarjolla käsiparafiini, jalkojen ryöppysuihku ja 8-asteinen kylmäallas, joka on aito luonnon lähde ja kylpylän sydän. Oma kylvettäjä on mukana talon puolesta. (Lappeenrannan kylpylä.)

## **5.2 Holiday Club Saimaa**

Holiday Club Saimaa rakentuu alueelle, jolla on pitkät perinteet täysihoitola- ja hotellitoiminnassa. Historia-osuudessa on jo kerrottu maineikkaan Rauhan Sanatoriumin vaiheet aina sen toiminnan loppumiseen asti vuoteen 1923. Tuolloin kylpylärakennus paloi, ja Gabrilovitsch myi alueen Viipurin läänin sairaanhoitopiirille. Uuden sairaalan rakentaminen alkoi 1925, ja se vihittiin käyttöön 22.11.1926. Rauhasa toimi toisen maailmansodan aikana sotilassairaala ja vuosina 1946–1954 myös synnytyslaitos. Lopullisesti Rauhan sairaala suljettiin vuonna 2000.

Yli 100 vuotta sitten alkanut hotelli- ja kylpylätoiminta on palasi Rauhaan vuonna 2011 monipuolisine palveluineen. Alueesta on tullut Pohjoismaiden suurin matkailu – ja elämyskeskus. Toiminnasta vastaa Holiday Club Resorts Oy, joka on Suomen johtava vapaa-ajan matkailupalvelujen tuottaja ja Euroopan suurin viikko-osakeyritys.

*Holiday Club Saimaa vie lomailun aivan uudelle ulottuvuudelle. Luonnonkauniille, 300 hehtaarin alueelle ovensa avannut kylpylähotelli tarjoaa matkailua kaikille aistille. Sukella Cirque du Saimaa -kylpylämaailmaan, pyörähdä jääareenan jäällä tai järjestä kokous areenan aitiossa. Rentoudu Saunamaailmassa tai hemmottele itseäsi Harmony Spa -hemmotteluhoidoilla. Tuo koko perhe seikkailemaan Saimaalle, järjestä kokousmatka tai sulkeudu romanttiselle lomalle Castle-hotellin rauhaan. Tutustu ennennäkemättömään Holiday Club Saimaa -maailmaan ja varaa oma paikkasi elämyksien estradilta nyt!*

*Holiday Club Saimaa on todellinen lomakeskus, jossa kaikki palvelut on saman katon alla.*

Kapasiteettitiedot:

- Majoitus: Holiday Club Saimaa kattaa kolme hotellisiipeä, Villas-huoneistot ja loma-asuntoja: kaikkiaan 221 huonetta. Kylpylähotelli Holiday Club Saimaan huoneet sijaitsevat kolmessa erillisessä hotellisiivessä, joissa kaikissa on oma tunnelmansa. Huoneen voi valita 1920-luvulla rakennetusta, entiseen sairaalarakennukseen kunnostetusta Castle-hotellista, Gant-hotellista tai perheille suunnatusta tilavasta Club-hotellista.
- Kokoustilat: Holiday Club Saimaalla on erillinen kokoussiipi, joka sijaitsee kylpylärakennuksen sisäänkäyntikerroksessa. Kokoustiloja on yhteensä 8 kpl, kooltaan 20 hengen tiloista aina 200 hengelle. Näiden lisäksi Holiday Club Arena, jopa 1 750 henkilölle. Tila on jaettavissa kahteen, käyttö jäällä tai ilman. Monitoimihallina toimiva jääareena antaa puitteet järjestää monentyyppisiä juhlatilaisuuksia cocktailkutsuista suurimpiin illallisiin. Arena muuntautuu moneen: gaalailallisiin, messuihin, konsertteihin tai vaikkapa urheilutapahtumiin. Kokousaulasta on käynti Holiday Club Arenaa kiertäviin aitioihin, joita on 10 kpl. Aitiot sopivat hyvin pienempiin kokouksiin tai tapahtumiin, 4 -21 hengelle.
- Ravintolat: A` la Carte – ravintola Le Biff, buffet - ravintola Easy Kitchen, bostonilaistyylinen sporttibaari O’Learys, cocktailbaari Lounge, pikaruoka Beatles Bar.
- Hoidot ja hyvinvointi: Holiday Club Saimaan hoitola Harmony Spa tarjoaa hemmotteluhoidoja ja hyvää oloa keholle ja mielelle. Harmony Span yhteydessä on rentoutushuoneet, shampanjaabaari, höyrysauna, Gant Shop

sekä parturi -kampaamopalvelut. Harmony Spalla on asiakkailleen erillinen kylpyläetiketti, jonka avulla hoidon rentouttavaa vaikutusta halutaan korostaa. Hoitovalikoima korostaa wellness – maailmaa; Anti Fatigue, täsmähoito selluliitille, anti ageing jne. Hoidot tehdään maailmalla tunnetuilla ylellisillä tuotteilla, kuten esim. Thann, Decléor, O.P.I. Hoitomaailmassa on myös erikseen huomioitu miehet.

- Harrasteet: Ohjattua vapaa-ajantoimintaa viikko-ohjelman muodossa niin sisällä kuin ulkona, hyvät ulkoilumaastot, kuntosali, ohjatut ryhmäliikunnat, Personal Trainer – palvelut, 12 keilaratainen BowlCircus-, luistelu, sulkapallo, pöytätennis, padel jne.
- Lastenmaailma sijaitsee Castle-hotellin alakerrassa. Lasten käytettävissä ovat minikeittiö, vauvala, ja askartelu- sekä leikkihuone. Lastenmaailmassa perheen pienimmät pääsevät kokemaan uusia elämyksiä kokkaillen, temppuillen tai vaikka karaokea laulaen, valvojat löytyvät hotellin puolesta. Lapsille on omaa ohjelmaa myös viikko-ohjelmassa.
- Kylpylä ja saunamaailma: Cirque du Saimaa -kylpylä leikittelee huvipuisto- ja sirkusmaailmaan sijoittuvalla teemalla (Kuva 9). Joenuomaa mukailevalla allaskokonaisuudella on niin hierontapisteitä kuin vesi - ilotteluunkin aktivoivia alueita, kuten peliallas sekä uimahyppyihin hyppyallas laitureineen. Vesiliukumäkien lisäksi aisteja inspiroi allasalueen keskuspiazza suihkulähteineen ja värivaloineen. Pelialtaassa pelataan omatoimisesti vesipelejä ja myös vesijumput ohjataan pelialtaassa. Kylpylässä on perussaunat niin naisille kuin miehillekin. Kylpylän puolelta löytyy myös pienten lasten oma Iglu-sauna lämmitetyillä lauteilla ja televisiolla sekä kylpylän katolta savusauna, jonka edustalla voi pulahtaa kylpytynnyriin tai vaihtoehtoisesti pelata padelia.
- Saunamaailmaan pääsee kylpylän allasosastolta. Saunamaailma koostuu neljästä erilaisesta saunasta: mastersauna, suolasauna, mökkisauna sekä höyrysauna. Saunat ovat yhteissaunoja, joissa käytetään saronkia. Saunamaailmassa on yksi allas lisää ja oma baarinsa. Sarongin saa

saunamaailman baarista. Löylyjen jälkeen voi viilentyä erikoissuihkujen alla. Hotellin asiakkaille kuuluu kylpylän, saunamaailman sekä kuntosalin vapaa käyttö. Yleisövuoroja on rajoitetusti, ja ne ovat maksullisia.

Verkkosivuilla toiminnan esittely on jaettu seuraavasti:

*Majoitus - Holiday Club Saimaa on upea 221 huoneen kylpylähotelli ennennäkemättömine elämyskylpylöineen, jääareenoineen ja ravintoloineen. Holiday Club Saimaa kattaa kolme hotellisiipeä, Villas-huoneistot ja loma-asuntoja. Lisäksi rakenteilla on lisää Villas-huoneistoja ja loma-asuntoja. Kylpylähotelli Holiday Club Saimaan huoneet sijaitsevat kolmessa erillisessä hotellisiivessä, joissa kaikissa on oma tunnelmansa. Voit valita joko 1920-luvulla rakennetusta, entiseen sairaalarakennukseen kunnostetusta Castle-hotellista, intiimistä Gant-hotellista tai perheystävällisestä ja tilavasta Club-hotellista. Kaikki kylpylähotellin huoneet ovat savuttomia. Useassa huoneessa on parveke ja upeat näkymät joko Saimaalle tai kylpylän piha-alueille. Kaikista huoneista on suora sisäyhteys kylpylään, ravintoloihin ja harrasteisiin. Voit liikkua huoneestasi harrasteiden pariin mutkattomasti vaikka kylpytakissa tai jumppasussa.*

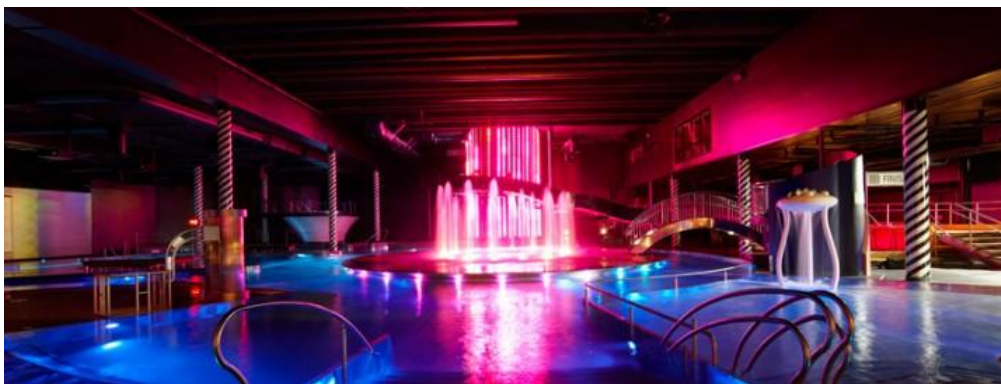
Tarjoukset – joulukuussa 2012 myynnissä olleet lomapaketit:

*Kylpyläjouluku - voimassa 23.–25.12. ja 24.–26.12.2012*

*Arjen hyvinvointia, voimassa su–ti 18.12.12 asti, ei 12.–27.10.2012*

*Ylellinen hääyö Saimaalla, Hemmottelua kuten haluat, Startti treenaukseen, Hyvän olon treeni*

*Kylpylä ja saunamaailma – Laadukas ja yksilöllinen, ennakoluuloton ja uniikki Cirque du Saimaa -kylpylä leikittelee huvipuisto- ja sirkusmaailmaan sijoittuvalla teemalla.*



Kuva 9. Holiday Club Saimaan allasosasto (Holiday Club Saimaa)

Hoidot ja hyvinvointi – Aina on tarvetta hemmotteluun. Holiday Club Saimaan Harmony Spa tarjoaa hemmotteluhoitoja ja hyvää oloa keholle ja mielelle, viikon jokaisena päivänä. Käytämme laadukkaita tuotesarjoja taataksemme sinulle parhaan mahdollisen rentoutuksen sekä hoitotuloksen.

Ravintolat – Ravintoloissa tunnelma vaihtelee, laatu säilyy.

Kokoukset ja juhlat – Tilat kaikille tilaisuuksillesi. Holiday Club Saimaan kokoussiipi sijaitsee kylpylärakennuksen sisäänkäyntikerroksessa. Moneen kokoon ja käyttöön taipuvat tilat kruunaa näköalaterassi, jonne kokoonnutaan iltapäiväkahveille ihailemaan edessä siintävää Saimaata. Kokousaulasta on käynti jääareenan aitioihin, joihin voit järjestää kokoukset tai vaikka pienet illanistujaiset. Isompia karkeloita varten käytössä on jääareena, tai osa siitä – jäällä tai ilman.

Millaisen tilaisuuden Te haluatte rakentaa? Kertokaa toiveenne, me täytämme ne!

Harrasteet – Aktiivista lomailua Saimaalla. Puhdas luonto tarjoaa upeat virkistymismahdollisuudet. Aktiviteetteja löytyy moneen makuun, on tankotanssia, luistelukoulua, alppicurlingia sekä sulkapallo- ja pöytätennisturnauksia. Voitte myös porukalla nauttia lämpimistä ilmoista mölkkyä pelaten tai vaikkapa köyttä vetäen. Kannattaa myös tutustua Saimaan upeaan alueeseen kävelyjä tehden. Sään salliessa jumppatunteja pidetään ulkona. Lisätietoa aktiviteeteista saatte hotellista sekä viikko-ohjelmasta. Uutuuspelejä Padel – uusi kenttä Holiday Club Saimaan katolla. Hotellin alueelle valmistuu lisäksi golfkenttä kesäksi 2013.

Holiday Club Saimaa tarjoaa asiakkailleen mahdollisuuden erilaisiin elämyksiin ja kokemuksiin saman katon alla. palvelutarjonta on tämän päivän hyvinvointimatkailijalle suunnattua.

Aktiviteetti- ja elämystarjontaa tukevat alueen monet muut yrittäjät, mm. Salpasafarit, Saimaa Adventures, Saimaa Fishing Travels, Wildtours. (Holiday Club Saimaa.)

### 5.3 Imatran kylpylä

Imatran kylpylä on rakennettu vuonna 1985 Lomaliiton toimesta Imatralla Ukonniemen vapaa-aikakeskukseen, Saimaan rannalle. Toiminnan tarinan alku

liittyy veteraanikuntoutukseen ja tuettuihin lomiin Lomaliiton toiminnan myötä. Vuosien mittaan laajentunut ja monipuolistunut kylpylähotelli on nykyisellään Itä-Suomen monipuolisin vapaa-ajankeskus, jonka toiminnasta vastaa Etelä-Karjalan kuntoutumissäätiö.

Kapasiteettitiedot:

- Promenadihotellissa on 80 kahden hengen huonetta. Huoneet soveltuvat perheille (2+2) tai lisätilaa kaipaaville.
- Kylpylähotellisiivessä on 50 Economy-huonetta, joissa sängyt ovat päädytysten (Twin). Standardihuoneita on 29. Standardihuoneissa on sängyt vierekkäin, osassa on lisävuodemahdollisuus.
- Ukonniemen loma-asunnot ja -sviitit ovat paritaloja - yhdessä rakennuksessa on kaksi asuntoa tai sviittiä. Lomasviitit ovat kaksikerroksisia. Loma-asunnoissa on kaikki valmiina. Ne on suunniteltu aktiivisille lomailijoille ympärivuotiseen käyttöön. Loma-asunnoissa on vuodepaikkoja asunnosta riippuen 4 - 8 henkilölle, ja varustelu on mitoitettu sen mukaisesti.
- Luhtisviitit - Ylinnä harjulla sijaitsevien Ukonrannan lomatalojen 16 Luhtisviittiä on suunniteltu 2 - 4 henkilölle. Molemmissa taloissa on kahdeksan sviittiä, neljä per kerros.
- Imatra Spa Villas 1 on 14 asunnon kokonaisuus. Huoneistot sijaitsevat yksi- tai kaksitasoisissa taloissa. Villas-huoneistot ovat yksityisomistuksessa, ja Imatran Kylpylä vuokraa niitä omistajien lukuun lomanviettäjille. Myös omistajat käyttävät asuntoja haluaminaan aikoina. Tästä johtuen huoneistot voivat poiketa hieman sisustukseltaan. Villas - huoneistot kuuluvat YIT Chalets & Villas -lomaverkostoon. Imatra Spa Villas 2 rakennustyöt on aloitettu, ja asunnot ovat myynnissä omistajille. Villas 2 tulee käsittämään 18 asuntoa.

- Kokoustilat: Palvelevat aina 400 henkilön tapahtumiin saakka. Kokous- ja ryhmätyötiloja on 10–100 henkilölle, koostuen kahdeksasta eri tilasta.
- Ravintolat: Ravintola Pistaasi, A` la Carte ravintola Nordic Kitchen Kastanja, Viihderavintola Tähtitaivas, Aulabaari Helmi, kahvila Akseli G., Taikametsän Allasbaari, Keilabaari.
- Hemmotteluhoidot: Vesihoitola Venlassa on tarjolla laaja valikoima hierontaa ja erilaisia hemmottelupaketteja, aromaterapiaa, vesi- ja turvehoitoja, vyöhyketerapia sekä intialainen energiahieronta. Venla on myös Frantsilan tuotemyyntipiste. Valikoima koostuu uutteista, eteerisistä öljyistä, teestä jne. Beauty Spa Wellamosta saa kaikki kauneuteen liittyvät meikkauspalvelut ja ihonhoidot. Ihonhoito- ja ehostusopastukset on saatavana henkilökohtaisesti tai ennalta sovittaessa vaikka pienille ryhmille.
- Lisäpalvelut: Vaatehuoltotila, 8-ratainen keilahalli, Fitness – liikunta ja kuntosalit, ohjattua vapaa – ajantoimintaa, ohjattuja liikuntaryhmiä, puotimyyntiä Promenadilla, leikkihuoneet, videopelit, biljardi, ilmakiekkopelit ym.
- Kylpylä Taikametsä: *Terve löyly! Terve vesi! Terve kiehuva kivonen! Suomessa on kylpeminen kautta aikojen erottanut työn levosta ja arjen juhlasta. Kylpemällä on juhlistettu elämän taitekohtia ja hyvin tehtyä työtä. Kylpylä Taikametsässä arki katoaa! Taikametsässä tulet kohtaamaan luonnonvoimat uudella tavalla ja nauttimaan taianomaisista elämyksistä.*

Taikametsässä (Kuva 10) on useita erilaisia elämysohjelmia, jotka täyttävät allasosaston äänillä, väreillä ja erilaisilla sääilmiöillä. Veden lämpö virkistysaltaissa, terapia-altaassa ja 20 metrin altaassa on ylellinen +28 - +30 astetta, Yorokobi -kuuma-altaassa jopa +38 astetta. Hotellivieraiden huonehintaan sisältyy kylpylä Taikametsän käyttö ja aamu-uinti. Yleisövuoroja on rajoitetusti, ja ne ovat maksullisia.



Kuva 10. Taikametsän kartta (Imatran Kylpylä)

Verkkosivuilla toiminnan esittely on jaettu seuraavasti:

- *Majoitus ja lomat - Majoitu mukavasti palveluiden ääressä tai luonnon rauhassa - valintasi mukaan. Hotellihuoneissa kaikki on lähellä ja erityisesti Promenadihotellin tilavat huoneet antavat lomillesi rentoa mukavuutta. Lapset valtaavat lisävuodealkovin riemusta kiljuen. Kaikki huoneet ovat savuttomia. Ukonniemen loma-asunnoissa ja -sviiteissä voit viettää todellista luontolomaa keskellä upeita Saimaan maisemia monipuolisine aktiviteetteineen - tinkimättä yhtään modernin loma-asumisen tasosta. Nyt voit valita loma-asumiseen myös uudet tilavat ja raikkaat Imatran Kylpylä Villas -huoneistot.*
- *Kylpylä ja hoidot - Imatran Kylpylän sauna- ja allasosasto - Kylpylä Taikametsä - sekä vesihoitola ja kosmetologi tarjoavat miellyttävän hemmottelevia elämyksiä joiden perustana on kosketus suomalaiseen järviluontoon.*
- *Ravintolat - Herkuttelua, leppoisaa seurustelua ja iloista iltamenoa. Ravintoloistamme jokaisen on helppo löytää oma suosikkinsa. Vaihtoehtoja on niin hyvän ruoan, mukavan seurustelun kuin iloisen iltariehankin ystäville.*
- *Sport ja aktiviteetit - Haluatko tehdä ja harrastaa? Olet tullut oikeaan paikkaan.*



- Kokoukset – *Imatran Kylpylä on virkistävä valinta kokouspaikaksi. Täällä kokousvieraiden ja kokousjärjestäjien odotukset täytetään toimivilla kokoustiloilla, makuhermoja hivelevillä aterioilla, hauskoilla aktiviteeteilla ja aidolla itäsuomalaisella vieraanvaraisuudella.*

Valmislomien osalta painotetaan kohteen soveltuvuutta perheille ja aktiivilomailijoille. Tarjolla on kylpylälomaa, virkistyslomaa, hemmottelulomaa, viikonloppua kylpylässä, romanttista lomaa kahdelle, edullisia kylpylävuorokausia jne. Teemallisena lomapakettina oli joulukuussa 2012 tarjolla Joululomaa ja koko perheen hiihtolomaa. Viihderavintola Tähtitaivaan parketilla tanssitaan tiistaisin naisten tansseissa ja torstaisin tähti-illassa. Vieraina nähdään myös Suomen eturivin pop- ja rock-esiintyjiä.

Kylpylä lupaakin, että *Hotellipaketeissa on valmiina kaikki erilaisten lomanviettäjien ja erilaisten lomasesonkien tarpeisiin. Kun paketin valmiiseen ohjelmaan ottaa mukaan vapaa-valintaisia aktiviteetteja viikko-ohjelmastamme, ei varmasti käy aika pitkäksi.* (Imatran Kylpylä.)

Imatran Kylpylässä järjestetään myös tuettuja lomia. RAY rahoittaa tätä sosiaalista lomatoimintaa. Tukea myönnetään taloudellisin, terveydellisin ja sosiaalisin perustein. Yhteistyökumppaneina ovat Hyvinvointilomat ry (Lomakotien Liitto, Perhelomat, Maaseudun Kunto- ja virkistyslomasäätiö, Kotien Puolesta Keskusliitto), Maaseudun Terveys- ja Lomahuolto ry, Nasy – Naiset yhdessä ry, Palkansaajien Hyvinvointi – ja Terveys ry. Verkkosivuilta löytyvät linkit yhteistyökumppaneiden sivuille, hakuohjeet ja – ajat.

Kylpylä tukee ihmisten omatoimista kuntoutusta tarjoamalla teemallisia lomapaketteja liittyen oman hyvinvoinnin seurantaan ja vaalimiseen. Tällä hetkellä tarjolla oli Eväitä eläkkeelle –valmennuskurssi.

Imatran Kylpylän keskeinen sijainti Imatran vapaa-aikakeskuksessa mahdollistaa sujuvat urheiluseurojen harjoitusleirit, lajivalmennusleirit, seuraleirit ja turnaukset. Kylpylä onkin nykyisin merkittävä urheilumatkailukohde monipuolisten palveluidensa myötä. Kylpylän sivuilta löytyvät valmiina erilaiset sporttimajoituksen (liikuntaleirit, junnuleirit jne.) hinnastot.

Kylpylä järjestää myös vapaa-ajanohjelmaa ryhmille ja TYKY – päiviä yrityksille. Päivän ohjelma kootaan räätälöitynä ryhmälle. Ohjelma koostuu yleensä ohjatuista yhteisistä aktiviteeteista, ruokailuista ja rentoutumisesta.

Monet yhteistyökumppanit Vapaa-aikakeskuksessa tarjoavat liikunta-, ohjelma- ja elämyspalveluita: Saimaa Adventures, Salpasafarit, Water – SkiZoo, Imatran Jäähalli, Imatran Tennishalli, Imatra-golf, YactingDream, Chris – Line – risteilyt. Imatran Kylpylän sivuilla on linkit yhteistyökumppaneiden tarjontaan alueella.

Imatran Kylpylän verkkosivut ovat selkeät valtavasta ja monipuolisesta tarjonnasta huolimatta. Kuvat ja videot elävöittävät palvelutarjontaa. Koko Ukonniemen Vapaa-aikakeskus tulee hyvin esitellyksi sivujen kautta. Lomailijalle alue tarjoaa hyvin rentouttavaa, aktiivista, kuntouttavaa tai hemmottelevaa mahdollisuutta viettää lomansa – kuka mitenkin haluaa. (Imatran Kylpylä.)

#### **5.4 Imatran Valtionhotelli**

Imatran Valtionhotelli on pala suomalaista kulttuurihistoriaa. Imatran koski kuohuineen on tuonut matkailijoita Imatralle kautta aikojen, ja hotelli kosken rannalla on elänyt hyvin vaiherikasta elämää niin kuin opinnäytetyön historiaosuudesta saimme lukea.

Lähihistorian merkittäviä henkilöitä oli 1970 -luvulla taiteellinen keittiömestari Matti Wist, joka kehitti kalevalaisia illallisia ja Pohjan pitoja talon jugendhenkeen sopivaksi. Menut oli riimitetty kansanrunojen tyyliin, ja tarjoilu oli suomalais-karjalaista. Valtionhotellin syvin olemus on hyvin kalevalainen ja kuvastaa ympäristön sotaista historiaa, myyttien syntyä, rajaseutua ja suomen kieltä. Venäjän ajasta kielii niin ikään moni asia, ja sitä on kuvannut kirjailija ja hotellin hyvä hengetär Laila Hirvisaari Imatra-sarjassaan ja erityisesti kirjassa Grand Hotel. (Imatran Valtionhotelli.)

Nykyinen omistaja on Rantasipi-hotelliketju. Valtionhotelli käyttää nimeä Hemmottelukylpylä Rantasipi Imatran Valtionhotelli. Kylpylätoiminta alkoi Valtionhotellissa vuonna 2009.

*Tervetuloa nauttimaan ripauksesta yllleistä linnaelämää. Kansallisaarteisiimme kuuluva Hemmottelukylpylä Rantasipi Imatran Valtionhotelli Vuoksen kulttuurimaisemassa, Imatran kosken varrella kutsuu viihtymään*

*ainutlaatuisessa ympäristössä. Nauti Linnahotellin persoonallisesta ilmapiiristä, hemmottelukylpylän ja Hyvän olon saunojen lämmöstä ja ravintola LinnaSalin herkuista sekä Imatran kosken ympäristön upeista maisemista ja luontoliikuntamahdollisuuksista.*

*Imatran Valtionhotellissa herkutellaan ja juhlietaan juhlapäivinä - tai muuten vain! Tervetuloa vaikkapa isänpäivän juhlaillalliselle, Uuden vuoden gaalabuffettiin tai äitienpäivälounaalle.*

*Meillä järjestät myös juhlat, kokoukset ja tapaamiset. Modernit, muovautuvat kokoustilamme ja juhlatilamme sopivat jopa 250 henkilön juhliin tai kokouksiin.*

Kapasiteettitiedot:

- Huoneita yhteensä 137, joista Linna-hotellin puolella 36 Superior-huonetta, 10 Superior+ - huonetta, 4 sviittiä, 4 minisviittiä. Kylpylä- hotellin puolella 31 standardihuonetta, 49 superior-huonetta, 3 minisviittiä.
- Kokoustilat: 7 kokoustilaa, joista suurin 250 henkilölle, virtuaalikokous.
- Ravintolat: LinnaSali Restaurant (tarjoillaan hotelliasukkaiden aamiainen), Bar & Cafe Vuoksen Helmi, LinnaKlubi, tilausravintola, Spa shop – kahvila.
- Hyvinvointiosasto Julia Well Being tarjoaa erittäin laajan hoitovalikoiman hieronnasta erikoiskasvohoitoihin sekä rentouttavista kylvyistä hemmottelupaketteihin, Spa MiniGym, Spa shop.
- Kylpylä: Allasosastolla (Kuva 11) on uima-allas, 2 poreallasta, pienille lapsille sopiva allas sekä rentouttavia lämpöpetejä. Allasbaarissa voi nauttia virkistäviä juomia ja pientä purtavaa, avoinna kylpylän aukioloaikojen mukaisesti. Alle 10-vuotiaat pääsevät allasosastolle vain aikuisen seurassa. Altaiden lämpötilat: uima-allas +30 °C, lasten kahluaallas +30 °C, poreallas +34 °C. Kylpylän puolella on neljä saunaa: itämainen sauna, laventelisauna ja höyrysauna naisille sekä miehille, Linnasauna, jonka yhteydessä tilava oleskelutila. Infrapunasauna on käytettävissä tilauksesta kylpylän aukioloaikojen mukaisesti. Hotellin asiakkaille nämä palvelut kuuluvat

hintaan, ulkopuolisille ne ovat maksullisia.

- Lisäpalvelut: Pysäköintipaikkoja 100 kpl, pistokepaikkoja 50 kpl, huonepalvelu, pesupalvelu, silityshuone, tallelokerot, lasten leikkihuone, maksuton langallinen Hotel Highway laajakaistayhteys, maksullinen langaton Internet-yhteys/ Sonera HomeRun tai Elisa wlan.



Kuva 11. Yleiskuva Imatran Valtionhotellin hemmottelukylpylästä (Imatran Valtionhotelli)

Verkkosivuilla palvelutarjonta on esitetty ja jaoteltu seuraavasti:

*Lomapaketit ja hinnat - Imatran Valtionhotellin hemmottelukylpylä on unelmakohde aikuiseen makuun. Astu satuun ja nauti elämästä!*

*Ravintolat - LinnaSali-ravintolassa tarjolla suomalaisia ja venäläisiä herkkuja tunnelmallisessa miljöössä. Meillä herkutellaan myös juhlapäivinä ja joulun aikaan!*

*Kokoukset ja juhlat - Linnahotellin ja Kylpylähotellin modernit ja mukautuvat kokoustilat sopivat aina 250 henkilön juhliin ja tapaamisiin.*

*Aktiviteetit - Hemmottelukylpylä, koski, linnapuisto, monipuoliset liikuntareitit sekä nähtävyyksiä ja kulttuuria.*

*Hoidot - Tervetuloa hemmoteltavaksi! Runsaasta hoito- ja hemmotteluvalikoimasta löytää jokainen omansa.*

Lomapaketeissa korostetaan hemmotteluloma – teemaa aikuiseen makuun. Hotellin asiakkaille kuuluu vapaa kylpylän käyttö, aamu-uinti ja sauna sekä kuntosali.

Lomapakettien nimissä on käytetty tavallisten kylpylälomien ja lomatarjousten lisäksi seuraavanlaista termistöä: Venäläisiä makuja Linnassa, Ruhtinaallinen hemmotteluloma Linnassa, Linnan romantiikkaa - Romanttinen loma kahdelle, Hyvän olon kylpy – hemmotteluloma, Kahden hengen hemmotteluloma.

Verkkosivuilla kehoitetaan asiakkaita hemmottelemaan itseään ja rentoutumaan hoidoilla, ruualla, kulttuurilla esim. teatteri sekä erilaisilla aktiviteeteilla niin hotellissa kuin Imatralla ja sen ympäristössä. Imatran Valtionhotellin palvelutarjonta on selkeästi kohdennettu wellness – asiakkaille. Tuote tarjotaan esteettisesti miellyttävässä paketissa, jotta syntyy kaikkia aisteja, näköä, kuuloa, makua, hajua ja tuntoa, hivelevä ja muistoissa säilyvä elämys.

Aktiviteetit on esitetty omana osionaan. Houkuttelevuutta ja elämyksellisyyttä on lisätty kuvin ja videoin. Sivuilla vierailija saa selvän kuvan tarjolla olevista palveluista. Tämän lisäksi selkeästi tuodaan esille räätälöidyn loman/tilaisuuden mahdollisuus ja yhteydenottotiedot, jos valmiista vaihtoehtoista ei löydy sopivaa.

Hyvinvointiosasto Julia Well-Being tarjoaa laajan hoitovalikoiman hieronnasta erikoiskasvohoitoihin ja rentouttavista kylvyistä hemmottelupaketteihin. Tarjolla on luxury- ja wellnesslinjaa niin miehille kuin naisille. Nimistö ja hoitovalikoima vastaavat tämän päivän wellness-asiakkaan tarpeisiin: haetaan kokonaisvaltaista hyvää oloa ja hiukan ylellisyyttä: Hyppää pois oravanpyörästä ja keskity vain itseesi, Koe olemisen keveys ja nauti olostasi, Sametinpehmeältä tuntuva vartalo on arjen ylellisyyttä, Lämmin yrttynyttihieronta notkistaa kehon ja mielen, Pure Beauty – kauneudeksi, Eteerinen lifting, Medex Basic, Miestenkasvojenhoito – Men's only, Hoikentava kylpy, Rentouttava kylpy, Tunnelmallinen kylpy. (Imatran Valtionhotelli.)

## 6 Yhteenveto

Suomen terveys- ja hyvinvointimatkailu kehittyi hiljalleen Ruotsin vallan aikana muutamien tunnettujen terveyslähteiden läheisyyteen. Vesistä alkoi Lappeenrannankin kylpylän tarina. Veden parantavaan voimaan luotettiin niin sisäisesti kuin ulkoisestikin. Vähitellen kylpylöiden tarjonta monipuolistui ja alettiin tarjota erikoishoitoja eri sairauksien ennaltaehkäisyyn ja hoitoon. Lääkäripalvelut kuuluivat aina hoitokuureihin. Hyvänä esimerkkinä tästä oli niin Lappeenrannan kylpylän kuin Rauhan Sanatoriuminkin toiminta.

Kylpylöiden seuraelämä oli yleensä hyvin vilkasta, ja asiakkaille järjestettiin viihteellistä ja ohjattua toimintaa. Luonnolla oli suuri merkitys myös asiakkaiden hyvinvoinnille. Tavoitteena oli asiakkaan kokonaisvaltainen psyykkinen, fyysinen ja sosiaalinen hyvinvointi. Kylpylöiden historian tarkastelu osoittaa, että kylpylävierailujen tärkeimmät syyt ovat olleet erilaisiin hoitoihin hakeutuminen mutta myös viihde ja viihtyminen. Tämä samainen piirre on havaittavissa nykypäivänkin kylpylämatkailijoissa.

Uusi nykyaikainen kylpylätoiminta alkoi 1980 – luvun loppupuolella. Silloin Suomeen rakennettiin viihdekylpylöitä, joiden markkinointi kohdistettiin perheiden vapaa-ajan viettoon ja työkyvyn ylläpitoon tähtäävään toimintaan. Kylpylöissä oli tarjolla monipuolista viihdettä ja aktiviteetteja arjen kiireiden ja stressin katkaisemiseen. Myös sotien veteraaneja on kuntoutettu ja kuntoutetaan edelleen kylpylöissä. Suomen kylpylätarjonnassa puhuttiin tuolloin huvi- ja viihdekylpylöistä sekä kuntoutus- ja hoivakylpylöistä. Kylpylöiden kehitykseen tuli mukaan matkailullinen näkökulma ja etenkin vuosikymmenen lopussa rakennettiin kylpylöitä, joiden asiakkaat olivat yhä useammin lomalla kuin kuntoutuksessa.

Nykyhetkessä vallitsee globaali näkökulma: terveys ymmärretään kokonaisvaltaisena yksilön hyvinvointina – puhutaan wellness -ajattelusta. Tämä on saanut aikaan kaksi vallitsevaa trendiä, jotka kylläkin ovat ristiriidassa keskenään: kasvava vapaa-ajan suuntautuminen terveydestä huolehtimiseen ja

toisaalta yhteiskunnan vähenevä tuki tälle toiminnalle. (Suontausta & Tyni 2005, 7 – 13.)

Hyvinvointiajattelu matkailussa on levinnyt Suomenkin markkinoille, ja siihen liittyy olennaisena osana itsestä ja omasta terveydestä huolehtiminen. Kiireinen elämänrytmi, masennuksen lisääntyminen, loppuun palaminen työelämässä ja muut mielenterveyden ongelmat ovat nekin lisääntyneet ja herättäneet ihmiset pohtimaan arvojaan uudelleen. Itsensä huomioiminen ja omaan olemiseen keskittyminen vaatii tilaa ja aikaa. Matkalla ollessa ollaan muutenkin irti arjesta, joten uusien elämäntapojen, hoitotapojen, harrastusten, ruokatottumusten ja liikuntamuotojen aloittaminen on helpompaa kuin kotiympäristössä. Menneet kylpyläperinteen teemat sopisivat hyvin nykypäivään: omasta hyvinvoinnista huolehtiminen fyysisellä, psyykkisellä ja sosiaalisella tasolla.

Matkailun osaamiskeskus määrittelee hyvinvointimatkailun *matkailuna, joka tuottaa matkailijoille hyvää oloa vielä matkan päätyttyäkin. Hyvinvointimatkailu ei ole sairautta parantavaa eikä kuntoa korjaavaa vaan kulloistakin matkailijan terveydentilaa ylläpitävää ja edistävää sekä vireyttä elämään antavaa. Hyvinvointimatkailu tuottaa asiakkaalle yksilöllistä ja kokonaisvaltaista hyvää oloa, joka voi olla sekä fyysistä että psyykkistä vireyttä antavaa.* (MEKb.)

Suomen vapaa-ajanmatkailun tärkeimpiä vetovoimatekijöitä kansainvälisillä matkailumarkkinoilla ovat luonto, vesi, metsät ja erämaat sekä niiden tarjoamat aktiviteettimahdollisuudet. Etenkin Pohjois- ja Itä-Suomessa sekä saaristossa luonnon merkitys matkailussa korostuu. Tämä pätee myös hyvinvointimatkailun osalta, kun haetaan laadukkaita, kokonaisvaltaisia elämystuotteita, jotka tuottavat sekä fyysistä että psyykkistä mielihyvää. (MEKb.)

Kylpylät itsessään ovat alueensa matkailun vetovoimatekijöitä siinä missä perinteiset majoitus-, ravitsemis- ja liikennepalvelut, ohjelma- ja tapahtumapalvelut sekä kulttuurivetovoima. Luonnonvetovoimakohteiksi Etelä-Karjalan matkailussa luetaan Saimaan alueen luonto, Vuoksen vesistö ja Imatrankoski.

Etelä-Karjalan alueella vetovoimatekijäksi katsotaan myös Venäjän rajan läheisyys. Tämä antaa alueelle erityisaseman matkailullisesti rajan molemmin

puolin. Rajan läheisyys on myös vaikuttanut kokonaisvaltaisesti alueen kulttuuriin ja tapoihin, mikä näkyy ihmisten jokapäiväisessä elämässä nykyäänkin esimerkiksi kaupan vilkkautena, ruokaperinteessä ja kulttuurivaihdossa. Matkailullisesti rajaseudun perinteitä olisi hyvä tutkia syvemmin ja hyödyntää tuotekehityksessä.

Tuotteistamisen osiossa todettiin, että kilpailuedun ja markkinoiden kasvattamisen kannalta tuotteiden ja palveluiden tuotteistaminen on avuksi. Onnistunut tuotteistaminen parantaa palvelun laatua, helpottaa markkinointia ja selkiyttää hinnoittelumenetelmiä. Lisäksi tulee huomioida, että tuotteistajan tulee keskittyä siihen, että hän tavoittelee jatkuvasti uusia tapoja sitä varten, että tuotteen tai palvelun kokonaisuus erottuisi kilpailijoiden palveluista. Tuotekehityksellä on aina vaikutusta imagon nostamiseen ja brändin kehittymiseen. Tästä hyötyvät kaikki: koko matkailualue, yrittäjät ja asiakkaat. Alueen kylpylät ovat kiinnittäneet huomiota tarjontaansa siten, että jokaisella on jokin oma erityisalue, jota korostetaan. Kylpylöiden erikoistuminen tarjonnassa omaan erikoisosaamiseensa auttaa asiakkaita valitsemaan haluamansa kohteen paremmin. Tämä mahdollistaa alueellisesti laajan asiakaskunnan eli matkailijoiden mielenkiinto alueelle lisääntyä, ja matkailijamäärät nousevat.

Tuote- ja palveluvalikoimassa itse kylpyläperinteen laajempi hyödyntäminen voisi tuoda kaivattua lisämyyntiä ja korostaisi omaleimaisuutta. Alueella on tarjottavanaan ainutkertaista henkistä ja aineellista kylpyläperinnettä: alkuperäisiä ympäristöjä ja rakennuksia, esineitä ja tavaroita. Lappeenrannan kylpylä ja Imatran Valtionhotelli toimivat alkuperäisissä rakennuksissa ja ympäristössä. Rauhan alueella on 1920-luvulla rakennettu sairaala, joka täydentää Holiday Club Saimaan palveluja osana heidän hotellimaailmaansa.

Verkkosivujen kautta tehdyn palvelutarjonnan kartoittamiseen perustuen joudun toteamaan, että itse kylpyläperinnettä ei ole kovinkaan paljon hyödynnetty. Lappeenrannan kylpylällä on hoitovalikoimassaan nimistöä, joka kertoo menneen kylpylämatkailun luonteesta sekä muutamia perinteisiä hoitomuotoja,



kuten esimerkiksi savi-, suola- ja turvehoidot. Näiden lisäksi kylpylä pitää yllä kylvettäjä–hoitoperinnettä kylpyosasto Helmin yksityistilaisuus-tuotteella.

Imatran Valtionhotelli jatkaa perinteitään tarjoten asiakkailleen ylellistä elämää Imatran kosken partaalla. Itse linnarakennus tarjoaa matkan menneeseen aikaan, ja sitä voi korostaa vaikkapa ateriavalinnoilla. Lomapakettien nimistössä on hyödynnetty historiaa. Pieni mukava yksityiskohta on myös se, että Imatran Valtionhotellissa käytetään hoidoissa kiviä tehosteena. Mikäpä sopisi paremmin kosken partaalle kuin kivet.

Molemmissa kohteissa olisi hyvä ottaa paljon rohkeampi ote kylpyläperinteen ja historian hyödyntämiseksi. Tämä korostaisi omaleimaisuutta ja lisäisi kohteiden vetovoimaa.

Imatran kylpylä ja Holiday Club Saimaa käyttävät perinnettä näkyvimmin toiminnallisuuden tasolla tarjoten asiakkaille hyvät vapaa-ajan aktiviteettimahdollisuudet. Kylpylämatkailuun on kuulunut aina jonkin asteinen liikunnallisuus ja terveydestään huolehtiminen: liikunnaksi on soveltunut niin kävely, voimistelu kuin tanssikin. Nykyään vapaa-ajanohjaajat ja personal trainerit hoitavat entisen huvi-intendentin virkaa.

Tämän alueen yrittäjät ovat vahvoilla juuri autenttisuuden takia. Matkailun tarpeisiin hyödynnetty menneisyys muuttuu perinnekohteiksi vasta valikoivan tulkinnan kautta. Koostaessani historiaosuutta huomasin, että hoitoperinteestä, -tavoista ja –uskomuksista, juhlista ja tapahtumista on saatavilla mielenkiintoista tietoa, jota voitaisiin hyödyntää tuotekehityksessä ja itse tuotteistamisessa. Alueen yrittäjän ei tarvitse keksiä tuotteita tai tapahtumia vaan hyödyntää ja muokata mennyttä nykypäivän kysynnän tarpeisiin. Etelä-Karjalan alueella on paljon mahdollisuuksia vahvistaa asemaansa matkailullisesti ja näin kehittää alueen hyvinvointimatkailua. Kyse on yrittäjien ja päättäjien omasta rohkeudesta, yritteliäisyydestä ja innovatiivisuudesta sekä ennen kaikkea verkostoitumisesta. Yrittäjien ja päättäjien pitää muistaa, että kylpyläperinteeseen ja hyvinvointimatkailuun liittyvien palveluiden käyttäjiä ovat myös paikalliset asukkaat.

Matkailulle tuotteistettujen perinnekohteiden suurin haaste on kysymys niihin liittyvän menneisyyden tarinan esittämisen vakuuttavuudesta. Kyse on siitä, miten mennyt ja siten poissaoleva aika ja siihen liittyvät muistot – ovat ne sitten todistettavasti tosia tai nykytietämyksen mukaan mahdollisimman lähellä oletettua todellisuutta – tehdään nykyisyydessä läsnä oleviksi ja koettaviksi matkailuattraktioiksi. Perinteen suosion syynä on osittain kasvanut kiinnostus ja kaipuu nostalgiseen menneisyyteen. Se ilmenee usein haluna paeta nykyisyyttä menneen maailman käsitettävämpään ja hallittavampaan elämäntapaan ja arvoihin. Menneisyydessä nähdään usein asioita, ilmiöitä ja arvoja, jotka ymmärretään kestävimpinä, epäitsekkäimpinä ja jalompina kuin nykyinen moniarvoisuus tai arvojen puute. (Raivo 2003, 13 - 16.)

Kokonaisuutena voidaan todeta, että suomalaisen hyvinvointimatkailun tulevaisuus on valoisa ja kehittymismahdollisuudet erittäin hyvät. Tuotteistamisen peruskivenä pitäisi nähdä matkailija kokonaisena ihmisenä, joka tuntee, näkee, kuulee, haistaa ja maistaa erilaisia asioita matkansa aikana (MEKb).

Luonnon ja ympäristön merkitys on suuri hyvinvointimatkailun sisällössä. Ihmisen ja luonnon yhteyden lisäämistä korostetaan paljon nykypäivänä. Ympäristön monimuotoisuuden ja ihmisen terveyden yhteydestä on yhä vahvempaa näyttöä. Etelä-Karjalan alueelta löytyy monia merkittäviä toimijoita ajatellen hyvinvointimatkailun kehittämistä ja verkostoitumista, esimerkiksi Rauhan alueella Tiuruniemessä toimii Etelä-Karjalan Ympäristö- ja Allergiainstituutti, joka tekee tutkimusta ja koulutusta liittyen ihmisten terveyteen ja hyvinvointiin.

Tällä hetkellä Suomessa yleistynyt Green Care –toiminta tukisi myös hyvinvointimatkailun tuotteistamisen sisältöä (Sitra).

Puhuttaessa suomalaisen hyvinvointimatkailutuotteen elementeistä esille nostetaan yleisinä teemoina puhtaus, metsät, järvet, vesistöt, kulttuuri, suomalaisuus, hiljaisuus, slow life, voimaantuminen ja suomalainen mökkiloma.

Nämä kaikki asiat kuuluvat perinteeseemme unohtamatta suomalaista saunaa. Uusina tutkittava asioina ovat kylmyys ja uni. (Prizz 2012, 18 – 23.)

Alueena Etelä-Karjala voisi tarjota hyvin vetovoimaisen ympäristön, palvelut ja aktiviteettimahdollisuudet asiakkaille.

Tarvitaan kuitenkin selkeästi enemmän tuotteistamiseen, tuotekehitykseen, markkinointiin ja yhteistyöhön liittyvää tutkimusta ja kehittämistoimintoja.

Hyvä esimerkkinä tällaisesta toiminnasta on Imatran Seudun Kehitysyhtiön hallinnoima ja ohjaama hanke ”Vetovoimaa ja kestävää laatua ympärivuotiseen matkailuun Etelä-Suomessa” (Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy). Yrittäjien välisessä verkottumisessa sekä asiakaslähtöisessä palvelujen kehitystyössä on tulevaisuuden haasteet ja avaimet.

Aikaisemmin osiossa 4.8 esiteltiin Matkailun edistämiskeskuksen (MEKb) raportti vuodelta 2008, Suomalaisen hyvinvointimatkailun kehittämisstrategia kansainvälisillä markkinoilla 2008 - 2013, jossa on selkiytetty suomalaisen hyvinvointimatkailun tuotesisällöt. Tämän tutkimuksen pohjalta olisi selkeää lähteä kehittämään Etelä-Karjalan alueen hyvinvointimatkailun tuotekehitystä laajemmassa mittakaavassa. Yhtenä osana kylpyläperinteen hyödyntäminen antaisi tuotekehitykseen omaleimaisuutta ja monipuolistaisi tarjontaa.

## **7 Oma pohdinta**

Opinnäytetyöni koostaminen historian osalta oli haastava. Mielenkiintoista materiaalia oli käytettävissä, mutta tieto oli kovin hajallaan eri lähteissä. Päädyin lopulta rajaamaan tutkittavan aikakauden vuosisatojen vaihteeseen, joka oli alueen kylpylöiden kulta-aikaa.

Tuotteistamista on tutkittu paljon, mutta kulttuuriperinnön matkailullista tutkimusta ja tuotteistamista ei ole vielä Etelä-Karjalan alueella kovinkaan paljon tehty. Aitous ja autenttisuus korostuvat alati muuttuvassa nykypäivässä, ja niiden kysyntä ja rooli kasvavat koko ajan. Alueemme kulttuuriperintöä kaikilla

saroilla pitäisi tutkia ja hyödyntää paikallisten ja matkailijoiden käyttöön. Jo alueen rikas historia rajapaikkakuntana lisää yleistä mielenkiintoa aluetta kohtaan.

Työn edetessä käsitykseni alueen matkailullisesta vetovoimasta on vaan vahvistunut. Merkillisenä pidän sitä, miten vähän kylpyläperinnettä on hyödynnetty ja tuotteistettu. Alueena Etelä-Karjala on ihanteellinen hyvinvointimatkailijalle. Kylpyläperinteen hyödyntäminen tukisi hyvinvointimatkailua, lisää mielenkiintoa aluetta kohtaan, monipuolistaisi ja omaperäistäisi tarjontaa. Alueen kylpyläperinteellä olisi oltava näkyvämpi rooli tarjonnassa. Mielestäni olisi hyötyä tehdä erillinen hyvinvointimatkailun strategia tälle alueelle, sillä hyvinvointimatkailun käsite on hyvin laaja kattaen eri toimialoja. Tässä opinnäytetyössä on käsitelty vain kylpylämatkailua ja sen perinnettä osana hyvinvointimatkailua.

Päädyin selvittämään palvelutarjontaa pelkästään yrityksen verkkosivujen kautta, koska niin tekee pääosa nykypäivän asiakkaistakin. Jatkossa olisi hyvä tutkia palvelutarjontaa vaikkapa sosiaalisen median kauttakkin: miltä kylpylämaailmamme näyttää siellä. Tätä pitäisin tärkeänä siksi, että viestin sisällön oikeellisuus ja merkitys kasvaa markkinoinnin ja kaupankäynnin painopisteen siirtyessä sähköisiin sovelluksiin; sosiaaliseen mediaan, e-markkinointiin ja online-varauksiin.

Matkailutuote on verkostotuote, usein jopa alueellinen kokonaisuus, jossa kaikki vaikuttaa kaikkeen. Palvelukokemus ja sen laatu syntyvät vasta odotuksia ja kokemuksia vertailemalla. Viittasin jo osiossa 2 hyvin tärkeänä pitämäni näkökantaan, että matka on asiakkaalle aina kokonaisuus koostuen eri palveluista. Jokainen kohde, tuote tai palvelu muotoutuu vasta matkailijan omakohtaisen mukanaolon ja kokemuksen kautta. Asiakkaan matka on hyvin haasteellinen toteuttaa ja kehittää, eikä koskaan kosketa vain yhtä toimijaa.

Matkailullisen kehittymisen kannalta näkisin, että avainkysymys on yrittäjien ja viranomaisten yhteistyö asiakkaiden tarpeiden huomioimiseksi. Mielestäni Etelä-Karjalan alueelle tarvittaisiin lisää tutkimuksia ja kehityshankkeita, joihin

vielä yrittäjätkin saataisiin sitoutettua mukaan. Hyvänä esimerkkinä tällaisesta toiminnasta pidän Imatran Seudun Kehitysyhtiön hallinnoimaa ja ohjaamaa hanketta ”Vetovoimaa ja kestävää laatua ympärivuotiseen matkailuun Etelä-Suomessa”.

## Kuvat

Kuva 1. Kylpylä 1800-luvun lopusta/ 1900-luvun alusta (Etelä-Karjalan Museo), s.12

Kuva 2. Lappeenrannan kylpylä valmistuttuaan vuonna 1912, (Etelä-Karjalan museo) s.14

Kuva 3. Parantola Rauhan mainos (Heitto 1973, 114), s.16

Kuva 4. Väritetty postikortti Sanatorium Rauhasta 1900-luvun alkuvuosilta (Rauhan historia), s.17

Kuva 5. Sanatorium Rauhan ravintolan lasiveranta sisältä (Rauhan historia), s.18

Kuva 6. Imatran Valtionhotelli valmistuttuaan 1903 (Imatran Valtionhotelli), s.20

Kuva 7. Imatran Valtionhotellin Linnasali (Imatran Valtionhotelli), s.21

Kuva 8. Lappeenrannan kylpylän virkistysallas (Lappeenrannan kylpylä), s.40

Kuva 9. Holiday Club Saimaan allasosasto (Holiday Club Saimaa), s.44

Kuva 10. Taikametsän kartta (Imatran kylpylä), s.48

Kuva 11. Yleiskuva Imatran Valtionhotellin hemmottelukylpylästä (Imatran Valtionhotelli), s.52

## Kuviot

Kuvio 1. Työkalupakki, tuotteistaminen (Kajaanin ammattikorkeakoulu 2011), s.26

Kuvio 2. Tuotteistamisprosessi (Raivo 2003, 106), s.28

## Lähteet

Bergström, S. & Leppänen, A. 2008. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Prima Oy

Etelä-Karjalan Museo 2013. Lappeenrannan kylpylän kuva – arkisto.

Graham, B., Ashworth, G.J. & Turnbridge, J.E. 2000. A Geography of Heritage. Power, Culture & Economy. Arnold: London

Heitto, K. 1973. Vanhaa Imatraa sanoin ja kuvin N:o 2. Kanta–Imatra seuran julkaisu. Imatra: Ylä- Vuoksi Oy

Herranen, T., Räsänen, M., Räsänen, R. & Toivanen, P. 1989. Lappeenrannan kaupungin historia 1917 - 1966. Jyväskylä: Gummerus

Hirn, S. 1981. Imatran tarina, matkailuhistoriamme valtavylylältä. Imatra: Ylä–Vuoksi Oy

Hirn, S. & Markkanen E. 1987. Tuhansien järvien maa, Suomen matkailun historia. Jyväskylä: Gummerus

Holiday Club Saimaa. <http://www.holidayclub.fi/kohteet/saimaa/esittely/>. Luettu 14.12.2012.

Holma, T. 1998. Tuotteistus tutuksi. Idea ja työvälineet. Esimerkkinä kuntoutuspalvelut perusterveydenhuollossa. Helsinki: Suomen Kuntaliitto

Imatran Kylpylä. <http://www.imatrankylpyla.fi/page.php>. Luettu 13.12.2012.

Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy. Vetovoimaa matkailusta – hanke. <http://www.kehy.fi/fi/?id=279>. Luettu 4.2.2013.

Imatran Valtionhotelli. [http://www.rantasipi.fi/hotellit/imatran-valtionhotelli/fi\\_FI/etusivu/](http://www.rantasipi.fi/hotellit/imatran-valtionhotelli/fi_FI/etusivu/). Luettu 13.12.2012.

Isokangas, J. & Kinkki, S. 2002. Yrityksen perustaminen. Basic Business Operations. Helsinki: WSOY

Kajaanin ammattikorkeakoulu, 2011. Opinnäytetyöpakki, tuotteistaminen 2011. <http://193.167.122.14/Opari/ontTukiToimTuotteistaminen.aspx>. Luettu 5.11.2012.

Kulttuurin, perinteen ja perinnön kysymyksiä. Suomen Kansantietouden Tutkijainseura ry. Anttonen, P. 2009. [http://www.elore.fi/arkisto/1\\_09/art\\_anttonen\\_09.pdf](http://www.elore.fi/arkisto/1_09/art_anttonen_09.pdf). Luettu 6.11.2012.

Käsite kulttuuriperintö. [www.valhalla.norden.org](http://www.valhalla.norden.org). Luettu 15.10.2012.

Lappeenrannan Kylpylä. <http://www.kylpyla.info/>. Luettu 13.12.2012.

Lehtinen, U. & Niinimäki, S. 2005. Asiantuntijapalvelut. Tuotteistamisen ja markkinoinnin suunnittelu. Porvoo: WSOY

Lowenthal, D. 1998. The Heritage crusade and the spoils of history. Cambridge University Press: Cambridge

MEKa. Culture Finland, kulttuurituotteen työkalupakki.

[http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/13ec82abfa38f989c2257996004a4c38/\\$FILE/ATTGF0K9.pdf/CF%20Matkailuteos%202012.pdf](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/13ec82abfa38f989c2257996004a4c38/$FILE/ATTGF0K9.pdf/CF%20Matkailuteos%202012.pdf). Luettu 26.11.2012.

MEKb. Suomalaisen hyvinvointimatkailun kehittämisstrategia kansainvälisillä markkinoilla 2008–2013.

[http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/\(pages\)/Hyvinvointimatkailun\\_strategia](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/(pages)/Hyvinvointimatkailun_strategia). Luettu 5.1.2013.

Mäkeläinen, M. & Solatie, J. 2009. Ideasta innovaatioksi. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy

Mäkinen, E. & Vuorinen, A. 1984. Ryöppysuihkuja ja vuoriastuntaa, Lappeenrannan kylpylän tarina. Lappeenranta: Tekstikarelia Ky

Parantainen, J. 2008. Tuotteistaminen, Rakenna palvelusta tuote 10 päivässä. Helsinki: Talentum

Parantainen, J. 2008. Sissimarkkinointi. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino Oy

Petrisalo, K. 2001. Menneisyys matkakohteena. Kulttuuriantropologinen ja historia-tieteellinen tutkimus perinnekulttuurien hyödyntämisestä matkailuteollisuudessa. Helsinki: Hakapaino

Plutoni. Atomitason markkinointiajattelua. 2011. Tehosta markkinointiasi ja lisää myyntiäsi. <http://www.plutoni.fi/index.php?section=30>. Luettu 26.11.2012.

Prizz. Löytöretki hyvinvointimatkailuun. Hyvinvointimatkailun nykytilan kartoitus ja toimenpide – ehdotukset. 2012.

<http://www.prizz.fi/linkkitiedosto.aspx?taso=5&id=477&sid=302>. Luettu 5.1.2012.

Raivo, P. J. 2003. Naturpolis Kuusamo, koulutus - ja kehittämispalvelut. Kuusamon kaupunki

Rauhan historia 2013.

<http://users.kymp.net/taimitarha/rauhalaiset/Rauhan%20historiaa.htm>. Luettu 5.1.2013.

Sipilä, J. 1999. Asiantuntijapalvelujen tuotteistaminen. Ekonomia-sarja. Porvoo: WSOY & Suomen Ekonomiliitto

Sitra. Luonto ja terveys. <http://www.sitra.fi/hyvinvointi>. Luettu 4.1.2013.



Suontausta, H & Tyni, M. 2005. Wellness-matkailu, hyvinvointi matkailun tuotekehityksessä. Helsinki: Edita

Talka, A. & Puntanen, P. 2005. Linnoitus ja kaupunki, Lappeenrannan historia 1812 – 1917. Lappeenranta: Lappeenrannan Kirjapaino Oy

Tonder, M. 2012. Perinteen tulkitseminen matkailutuotteeksi, luentomateriaali. Saimaan ammattikorkeakoulu